

2021년 농식품 수출 국가조사보고서(대만)



2021.09.

aT 한국농수산물유통공사
Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

홍콩지사

목차

I. 농업 및 농식품 수출입현황	
1. 농업 현황	
(1) 농업 규모	3
(2) 주요 생산품목 및 규모	4
2. 농식품 수출입 현황	
(1) 농식품 수출입 규모	7
(2) 한국의 對 대만 농식품 수출 현황	11
II. 농식품 시장현황	
1. 시장 개요	
(1) 시장규모 및 특성	13
(2) 소비 인구 및 특성	15
2. 시장 트렌드	
(1) 주요 트렌드	17
(2) 이슈 품목	18
3. 농식품 관련 정책	
(1) 농식품 관련 현지 정부 정책 동향	22
III. 농식품 유통현황	
1. 유통현황 및 특징	
(1) 유통현황	24
(2) 유통구조	25
2. 주요 유통채널 현황	
(1) 오프라인 유통 채널	27
(2) 온라인 유통 채널	31
IV. 농식품 수출 프로세스	
1. 수출 프로세스	
(1) 기본 수출 프로세스	34
(2) 대표 품목별 주요 수출 프로세스	35
2. 수입제도	
(1) 통관 제도	37
(2) 검역 제도	39
(3) 대표 품목별 라벨링	41
3. 비관세 장벽 관련 이슈	
(1) TBT 통보 현황	45
(2) SPS 통보 현황	46
(3) 대만 FDA 통보 현황	46

요약

I. 농업 및 농식품 수출입현황

1. 농업현황

(1) 농업규모

- '20년 기준 농업 국내 총생산액은 3,229억 대만달러(한화 약 13조 6,593억 원)로 국가전체 GDP의 1.65%에 해당. 농업용지는 국토 면적의 21.8%에 해당하는 79만ha, 농업 인구는 전체의 11.5%에 해당 하는 269만 4,472명임

(2) 주요 생산품목 및 생산규모

- (농산물) '20년 기준 2,636억 1,027만 대만달러(한화 약 11조 1,534억 원)로 과일·채소류가 주로 생산되 단일 품목별로는 쌀, 죽순, 파인애플, 망고, 배추, 포도 순으로 생산액이 높음
- (축산물) '20년 기준 1,688억 1,339만 대만달러(한화 약 7조 1,425억 원)의 축산물이 생산됨. 생산액 기준 돼지, 닭, 계란, 우유, 오리, 꿀, 소 순으로 생산되며, 돼지 생산액은 715억 대만달러(한화 약 3조 232억 원)로 전체 축산물 생산금액의 42.3%를 차지함

2. 수출입 현황

(1) 농식품 수출입규모

- (수출) '20년 농식품 수출액은 약 35억 달러(한화 약 4조 584억 원)로 전년 대비 2.8% 감소함. 중국, 미국, 일본, 홍콩, 베트남이 주요 수출국이며 주요 수출 품목은 기타 조제식품, 베이커리 제품, 쌀, 기타 파스타, 타피오카 대용물 등이 수출됨
- (수입) '20년 수입액은 123억 달러(한화 약 14조 4,300억 원)이며, 미국, 브라질, 중국 등이 주요 수입국이며, 주요 수입품은 대두, 옥수수, 조제 식품, 소고기(냉동, 신선), 위스키류 등임

(2) 한국의 對 대만 농식품 수출현황

- '20년 對 대만 농수산물식품 수출 금액은 약 3억 달러(한화 약 3,534억 원)이며 수출 상위 품목은 배, 라면, 인삼류, 배추, 커피 조제품임

II. 농식품 시장현황

1. 시장 개요

(1) 시장 규모 및 특성

- (식음료 시장) '20년 기준 시장 규모는 1조 1,180억 대만달러(한화 약40조 9,954억 원)로 전년 대비 2.8% 증가하였으며, 최근 5년간 연평균 2.2%의 성장률을 보임
- (외식시장) 관광객 감소, 사회적 거리두기 등으로 '20년 외식산업 매출액은 약 7,776억 대만달러(한화 약 33조 308억 원)로 전년대비 4.2% 감소함

(2) 소비 인구 및 특성

- (인구) '20년 기준 대만 인구수는 약 2,356만 명이며, 1~2인 가구의 비율이 높음
- (소득) '20년 기준 대만 가구당 연간 평균 소득은 약 129만 대만달러(한화 약 5,481만 원), 1인 가구의 연간 평균 소득은 약 56만 대만달러(한화 약 2,372 만원)로 조사됨
- (식음료 지출) 대만 가구당 연간 평균 약 12만 대만달러(한화 약 500만원)를 식음료에 지출 하는 것으로 나타났으며 이는 전체 지출의 약 14.5%에 해당함

2. 시장 트렌드 및 이슈 품목

- (디지털 콘텐츠와 상호작용) 대형 유통 업체를 중심으로 전자 상거래에 적극 투자하고 있으며, 향후 유통 업체 간 전자 상거래 경쟁은 지속적으로 심화될 전망이다
- (소득의 양극화 및 프리미엄 선호) 신베이와 타이베이에 고소득자가 밀집되어 있음. 장시간 근무, 재택 근무 증가 등으로 보상심리가 작용해 프리미엄 식품 수요 증가
- (쇼핑 방법의 변화) 도시지역은 접근성이 높은 소형 슈퍼마켓과 편의점 선호도가 높음. 또한, MZ소비자를 중심으로 시공간의 제약이 없는 온라인 쇼핑 이용률도 증가함
- (소포장) 1~2인 가구 증가로 소포장 수요가 확대되고 있으며 슈퍼마켓 및 편의점과 같은 대형 유통매장은 소포장 신선 식품에 집중하고 있음
- (건강한 생활의 일상화) 간편식품 구매 시 편리함과 체중관리 등 건강은 필수 요소임. 첨가물을 줄이거나 뺀 과자 및 음료 제품, 저탄수화물 즉석 식품 및 간편 조리 식품 등의 출시가 활발함

3. 농식품 관련 정책

- (수출 시장 다변화를 위한 적극 지원) '21년 2월 중국의 갑작스러운 대만 파인애플 수입 금지 조치로 높은 중국 의존도에 대한 우려 및 수출 시장 다변화의 필요성이 대두됨

III. 농식품 유통현황 및 특징

- '20년 대만 식음료 시장 규모는 1조 1,801억 대만달러(한화 약 49조 9,654억 원)로 매출액 기준 점유율은 전통식 유통 채널(44.7%), 편의점(21.9%), 슈퍼마켓(18.9%), 대형유통매장(11.6%), 전자 상거래(2.1%) 순임
- 코로나19 기간 전자 상거래 의존도가 높아지자 오프라인 소매 업체는 모바일 앱 및 온라인 플랫폼 개발, 온·오프라인 매장 간 프로모션 진행 등 경쟁력을 강화함
- 온라인 쇼핑이 증가하자 대형 마트는 규모 및 취급 품목 축소해 운영하고, 오프라인 매장은 접근성이 더욱 중요해지자 슈퍼마켓은 매장 규모를 줄이고 주거 지역 진출하는 등 대형 슈퍼마켓, 슈퍼마켓과 편의점의 역할 간극이 줄어들고 있음

IV. 농식품 수출 프로세스

- 일반적인 프로세스는 “수출계약→서류준비→선적/운송→수입신고/검역→통관/유통” 임
- 관무서 일원화 서비스 시스템 「CPT SINGLE WINDOW」을 통해 무역 심사, 통관, 항구신청업무를 통합하여 온라인 자동화 시스템으로 간편하게 진행 가능
- 관무서 일원화 서비스 시스템 「CPT SINGLE WINDOW」에서 관세율 및 품목별 통관 제도에 대한 세부 정보 확인가능
- (검역 타결 품목) 곡물류는 쌀, 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 등이 검역 타결 품목으로 지정되어 대만으로 수출이 가능함. 과실류는 감, 포도, 감귤, 유자, 밤, 사과, 배, 복숭아, 키위로 조건부로 허용되는 수출 검역 조건이 존재함

I. 농업 및 농식품 수출입 현황

1. 농업 현황

(1) 농업 규모

□ 대만 농업 규모

○ 대만 농업 부문은 전체 산업의 1.65%를 차지하는 수준임

- 2020년 농업 국내총생산액(GDP)은 전체 GDP의 1.65%에 해당하는 약 3,229억 대만 달러(한화 약 13조 6,593억 원)로 집계
- 전년 대비 1.34% 증가했으나 최근 5년 평균 마이너스 성장률(△0.3%) 기록

<농업분야 국내총생산(GDP) 및 성장률 추이>

(단위 : 백만 대만달러(NT\$), %)

		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
GDP	전체	17,555,268	17,983,347	18,375,022	18,932,525	19,766,240	4.4	2.4
	농업	327,502	328,835	312,562	318,543	322,914	1.4	△0.3
	비중	1.87	1.82	1.69	1.69	1.65	-	-
경제 성장률	전체	2.17	3.31	2.79	2.96	3.12	-	-
	농업	△9.65	8.27	4.49	△1.83	1.34	-	-

* 출처 : 대만 행정원, 「농업통계연보(農業統計年報)」

□ 농업인구

- 2019년 농업 종사인구는 전체 인구의 약 11.5%에 해당하는 269만 4,472명으로 집계. 전년 대비 2.4% 감소하였으나 최근 5년간 농업 인구수는 일정하게 유지되고 있음
- 65세 고령인구가 전체 농업 인구의 26.2%를 차지함

<농업 가구 및 인구 현황>

(단위 : 호, 명, %, NT\$)

		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	전년비 ('18/'19)	연평균 ('15/'19)
국가 전체	가구	8,427,842	8,519,450	8,606,223	8,690,801	8,788,313	1.1	0.84%
	인구	23,346,728	23,392,107	23,420,891	23,436,603	23,449,847	0.1	0.09%
농업 가구	가구	775,258	775,472	775,310	775,070	775,250	0.0	0.00%
	인구	2,698,300	2,818,091	2,777,743	2,760,296	2,694,472	△2.4	△0.03%
	비중	11.6%	12.0%	11.9%	11.8%	11.5%	-	-

* 출처 : 대만 행정원, 「농업통계연보(農業統計年報)」

□ 재배면적

- 국토 면적 360만ha 중 농업용지는 2020년 기준 21.8%에 해당하는 79만ha 수준임
- 최근 5년간 농지 면적은 큰 변동 없이 일정하게 유지함

- 농경지의 93.7%에 해당하는 약74만ha에서 쌀 등 단기 작물을 재배하며, 영구 경작지는 약26만ha, 휴경지는 약5만 ha로 집계됨
- 따뜻하고 습한 아열대성 기후로 다양한 작물 생산에 적합한 기후를 보이나, 산악지역이 섬의 대부분을 차지하고 있어 경작이 가능한 면적은 제한적임. 또한 작물 생산에 적합한 기후 조건임에도 불구하고 병충해 발생가능성이 높아 관련 피해가 발생하고 태풍 및 홍수와 같은 천재지변이 농산물 생산에 차질을 빚기도 함

<대만 농지 면적(2016~2020)>

(단위 : ha, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비율	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체 면적	794,005	793,027	790,680	790,197	790,079	100.0	0.0	△0.1
농경지 면적	745,627	745,518	743,879	742,162	740,443	93.7	△0.2	△0.1
단기작물 경지면적	479,264	480,751	478,724	477,840	479,186	60.7	0.3	0.0
쌀	168,872	169,819	169,789	169,740	159,891	20.2	△5.8	△1.1
쌀 제외한 단기작물	80,315	78,581	80,626	75,808	78,432	9.9	3.5	△0.5
단기 휴경지	230,078	232,352	228,308	232,292	240,863	30.5	3.7	0.9
영구작물	266,362	264,767	265,155	264,322	261,257	33.1	△1.2	△0.4
휴경지	48,378	47,509	46,801	48,035	49,636	6.3	3.3	0.5

* 출처 : 대만 행정원, 「농업통계연보(農業統計年報)」

(2) 주요 생산품목 및 규모

□ 생산규모

- 2020년 농림축산물 생산액 4,325억8921만 대만달러(한화 약 18조 3,028억 원), 전년대비 1.6% 증가
 - 농산물 생산액은 2,636억 1,027만 대만달러(한화 약 11조 1,534억 원)로 농림 축산물 생산 규모의 60.94%를 차지해 농업의 비중이 가장 높음
 - 축산물 생산액은 1,688억 1,339만 대만달러(한화 약 7조 1,425억 원)로 39%를 차지하며, 임산물의 생산액이 차지하는 비중은 0.04%로 미미한 수준임. 대만 임산물은 목재에 한함

<대만 농림축산물 생산 규모(2015~2019)>

(단위 : 천 대만달러, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	비율	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	433,708,716	454,883,093	436,271,779	425,607,685	432,589,213	100	1.6	△0.1
농산물	268,117,995	290,849,079	269,445,560	262,509,470	263,610,267	60.94	0.4	△0.3
축산물	165,384,015	163,866,763	166,687,025	162,941,785	168,813,387	39.00	3.6	0.4
임산물	206,705	167,252	139,194	156,430	165,559	0.04	5.8	△4.3

* 출처 : 대만 행정원, 「농업통계연보(農業統計年報)」

□ 농산물 생산현황

○ 2020년 기준 연간 2,636억 1,027만 대만달러(한화 약 11조 1,507억 원)의 농산물이 생산됨

○ 생산 금액에 따른 주요 생산품목

- 과일류, 채소류, 쌀이 대만 농산물 생산금액의 약 79.3%를 차지하는 주요 작물이며, 이외에도 버섯류, 화훼류, 차 류가 있음
- **(과일류)** 전년대비 3.7% 증가한 약958억 대만달러(한화 약 4조 515억 원)로 전체 농산물 생산액의 36.3%를 차지함. 생산액 기준 주요 과일은 파인애플(2020년 생산액 85.7억 대만달러), 망고(70.7억 대만달러), 포도(69.3억 대만달러), 빈랑(檳榔)(66억 대만달러), 바나나(61.3억 대만달러) 등이 있음
- **(채소류)** 전년대비 4.1% 감소한 약 746억 대만달러(한화 약 3조 1,563억 원)로 전체 농산물 생산액의 28.3%를 차지함. 생산액 기준 주요 생산 채소로는 죽순(114억 대만달러), 배추(70.2억 대만달러), 마늘(蒜頭)(55억 대만달러), 파(43.2억 대만달러), 토마토(35.9억 대만달러) 등이 있음
- **(쌀)** 전년대비 2.9% 감소한 약 387.5억 대만달러(한화 약 1조 6,397억 원) 규모로 생산되었으며 단일 품목으로 가장 큰 비중을 차지함

<대만 농산물 생산액 규모(2018~2020)>

(단위 : 천 대만달러, %)

구분	2018년	2019년	2020년	비율	전년비 ('19/'20)	연평균 ('18/'20)
전체	269,445,560	262,509,470	263,610,267	100	0.4	-0.3
과일	99,351,975	92,343,513	95,779,653	36.3	3.7	△0.3
채소	73,332,515	77,828,309	74,617,162	28.3	△4.1	△0.7
쌀	42,986,458	39,891,467	38,753,919	14.7	△2.9	0.4
버섯류	16,519,693	18,292,780	17,645,034	6.7	△3.5	0.4
화훼류	11,716,576	10,048,297	8,910,133	3.4	△11.3	△3.3
차류	7,477,440	7,011,335	8,244,969	3.1	17.6	1.6
기타	91,393,418	17,093,769	19,659,397	7.5	15.0	△0.7

* 출처 : 대만 행정원, 「농업통계연보(農業統計年報)」

○ 생산 물량에 따른 주요 생산품목

- 2020년 농산물 중에서 채소류와 과일류가 가장 많이 생산되고 있으며, 쌀 생산량도 높게 나타남
- **(채소류)** 2020년 생산량은 267만 247톤으로 집계. 생산 물량에 따른 주요 생산 채소는 양배추가 약 40만 톤으로 가장 많이 생산되었으며 죽순(약 24만톤), 수박(약 16만톤), 겨자(약 10만톤), 토마토(약 9.7만톤)가 뒤를 이음

- (과일류) 2020년 생산량은 262만 468톤으로 집계. 생산 물량에 따른 주요 생산 과일은 파인애플이 약 42만 톤으로 가장 많이 생산되었으며 바나나(약 36만톤), 구아바(약 20만톤), 망고(약 17만톤), 오렌지(약 14만톤)순으로 집계됨
- (쌀) 단일 품목 가장 비중이 높으며, 전년대비 2.3% 감소한 약 175만 톤 생산됨
- (절화류) 6568만 더즌(dozen)이 생산되었으며 이는 전년대비 1.9% 감소한 수치임. 최근 5년간 연평균 2%의 비율로 지속적으로 생산량이 감소하고 있음

<대만 농산물 주요 생산 품목 (2016~2020)>

(단위: 톤, 1,000 dozen)

구분		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
농작물 (톤)	쌀	1,587,776	1,754,049	1,949,796	1,791,211	1,750,728
	현미	1,264,128	1,396,071	1,561,642	1,428,251	1,387,176
	고구마	242,030	241,694	236,266	198,182	246,002
	옥수수	99,750	110,347	106,091	105,222	129,588
	사탕수수	46,602	46,561	43,093	42,778	37,980
채소류 (톤)	전체	2,741,667	2,872,544	2,931,615	2,739,627	2,670,247
	양배추	399,667	422,320	431,968	427,942	409,094
	죽순	239,800	257,895	250,989	247,958	236,873
	수박	201,133	210,661	220,846	176,004	163,501
	겨자	92,717	98,351	93,754	106,297	103,778
	토마토	118,958	111,125	108,082	104,794	97,603
과일류 (톤)	전체	2,331,991	2,710,808	2,668,375	2,463,164	2,620,468
	파인애플	527,161	553,531	432,084	431,084	419,028
	바나나	257,559	356,017	356,238	342,629	359,600
	구아바	133,075	172,982	176,304	179,038	198,054
	망고	106,766	150,559	146,672	167,791	171,537
	오렌지	131,329	153,966	142,397	147,638	141,167
절화류 (1,000 DOZEN)	전체	72,590	67,787	67,072	66,937	65,680

* 출처 : 대만 행정원 농업위원회 농업 통계연보(台灣行政院農委會 農業統計年報)

□ 축산물 생산현황

- 2020년 기준 약 1,688억 1,339만 대만달러(한화 약 7조 1,391억 원)의 축산물이 생산됨. 이는 전년 대비 3.6% 증가한 규모이며, 최근 5년간 0.4%의 상승세를 보임
- (돼지고기) 생산액은 약 715억 대만달러(한화 약 3조 232억 원)로 전체 생산액의 42.3%를 차지해 가장 큰 비중을 차지함
- (닭 및 달걀) 닭은 전체 축산물 생산금액의 27.6%에 해당하는 약 466억 대만달러(한화

약 1조 9,732억 원 규모로 생산되었으며 이는 전년 대비 15.8% 증가한 수치이며, 최근 5년간 매년 2%대의 증가율을 보임. 계란은 약 82억 개, 약 214억 대만달러(한화 약 9,060억 원) 규모로 생산된 것으로 집계됨

- (우유) 전년대비 1.2% 증가한 약 114억 대만달러(한화 약 4,840억 원)로 집계. 최근 5년간 생산량과 생산액은 꾸준한 증가세를 나타냄
- (오리고기) 전년대비 6.9% 감소한 약 75억 대만달러(한화 약 3,165억 원)로 집계됨
- (소고기) 소 생산량은 최근 3년간 증가하는 추세이나, 생산액은 미미한 감소세를 보이고 있음. 2020년에는 전년대비 0.6% 감소한 약 24억 대만달러(한화 약 1,036억 원) 생산됨
- 이외에도 대만에서 생산되는 축산물에는 거위고기, 오리알, 염소고기, 로얄젤리, 꿀 등이 있음

<대만 축산물 부류별 생산 규모 (2018~2020)>

(단위: 톤, 천 대만달러, %)

구분	2018년		2019년		2020년		생산액	
	생산량	생산액	생산량	생산액	생산량	생산액	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	-	166,687,025	-	162,901,731	-	168,813,387	3.6	0.4
1 돼지고기	828,645	70,359,506	819,735	70,944,362	843,856	71,487,340	0.8	0.0
2 닭고기	579,382	43,867,571	612,123	40,048,560	656,930	46,647,119	15.8	2.1
3 계란	7,312,003	21,131,688	7,695,925	22,010,345	8,172,963	21,413,162	△2.7	△1.5
4 우유	419,342	10,974,175	431,879	11,302,281	437,155	11,440,335	1.2	2.9
5 오리고기	83,298	7,579,503	86,400	8,028,236	82,157	7,480,819	△6.9	△2.4
6 소고기	7,059	2,468,226	7,351	2,464,928	7,590	2,449,491	△0.6	0.1
7 거위고기	11,156	1,525,745	12,091	1,767,439	15,508	1,932,760	9.4	11.5
8 오리알	469,907	1,860,832	437,256	1,823,357	434,690	1,634,434	△10.4	△0.4
9 염소고기	1,740	883,018	1,876	952,916	1,900	999,720	4.9	0.2
10 로얄젤리	527	1,343,309	715	1,072,352	146	291,826	△72.8	△16.9

* 출처 : 대만 행정원 농업위원회 농업 통계연보(台灣行政院農委會 農業統計年報)

2. 농식품 수출입 현황

(1) 농식품 수출입 규모

□ 전체 수출입 현황

○ 대만 농식품 수출입 실적 동향

- (수출) 2020년 농식품 수출 금액은 약 35억 달러(한화 약 4조 584억 원)로 전년 대비 2.8% 감소함. 2020년에는 소폭 감소양상을 보였으나 5년간 연평균 4.4%씩 증가세를 보임
- (수입) 2020년 농식품 수입 규모는 약 123억 달러(한화 약 14조 4,300억 원)로 전년 대비 1% 감소하며 보합세를 유지함

<대만 농식품 수출입 실적 동향(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
수출 금액	2,793,606	2,818,408	3,336,494	3,564,192	3,463,378	100.0	△2.8	4.4
수입 금액	11,360,841	12,080,022	12,428,014	12,433,033	12,314,350	100.0	△1.0	1.6

* 출처 : Global Trade Atlas

□ 품목별 수출입 실적

○ 주요 수출 품목

- 수출 품목 중 비중이 가장 큰 품목은 6.6억 달러(한화 약 7,751억 원) 수출된 기타 조제 식료품(19.1%)으로 2020년에는 다소 감소했으나, 최근 5년간 연평균 10.7%의 지속적인 성장세를 유지함
- 코로나19 기간 기타 베이커리제품, 쌀, 기타 파스타류, 기타 소스류 수출이 증가함
- 이외에도 기타 냉동채소, 기타 신선 과일, 신선/건조 파인애플, 기타 주류 등이 주요 수출 품목임

<품목별 농식품 수출현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	2,793,606	2,818,408	3,336,494	3,564,192	3,463,378	100	△2.8	4.4
1 기타 조제식료품	397,337	446,669	570,985	675,578	661,479	19.1	△2.1	10.7
2 기타 베이커리제품	136,827	147,952	152,297	156,191	160,965	4.6	3.1	3.3
3 쌀	50,388	15,151	29,023	48,445	108,614	3.1	124.2	16.6
4 기타 파스타	66,905	69,012	82,884	79,204	97,797	2.8	23.5	7.9
5 타피오카 대용물	26,077	33,870	53,732	127,272	81,015	2.3	△36.3	25.4
6 기타 냉동채소	72,942	78,647	79,375	83,054	79,329	2.3	△4.5	1.7
7 기타 신선과일	35,803	33,741	49,179	63,674	69,492	2.0	9.1	14.2
8 신선/건조파인애플	38,879	37,273	42,948	65,271	54,899	1.6	△15.9	7.1
9 기타 주류	25,259	34,049	44,172	67,395	53,427	1.5	△20.7	16.2
10 기타 소스류	35,681	41,418	44,041	48,704	50,221	1.5	3.1	7.1

* 출처 : Global Trade Atlas

○ 주요 수입 품목

- 수입 비중이 높은 품목은 기타 곡류와 축산물임
- 주요 수입 곡류는 대두(8.4%), 옥수수(7.2%), 밀(2.8%)로 전체 수입액의 18.4%를 차지함
 - 기타 대두 약 10억 달러(한화 약 1조 2,173억 원), 기타 옥수수 약 9억 달러(한화 약 1조 402억 원), 기타 밀은 약 3억 달러(한화 약 4,089억 원)로 집계

- 축산물의 경우 뼈 없는 냉동 우육(4.9%), 뼈 없는 신선 우육(3.4%), 냉동 닭고기(1.9%)등을 주로 수입함
- 이외의 주요 수입 식품에는 기타 조제 식료품(5.5%), 위스키류(3.8%), 신선 사과(1.7%), 맥아 조제 맥주(1.7%) 등이 있음. 특히 맥아 조제 맥주는 최근 5년간 연평균 67%의 높은 성장률을 보임

<품목별 농식품 수입현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	11,360,841	12,080,022	12,428,014	12,433,033	12,314,350	100	△1.0	1.6
1 기타 대두	1,018,227	1,072,656	1,070,067	1,027,740	1,038,836	8.4	1.1	0.4
2 기타 옥수수	783,260	847,928	852,470	978,850	887,714	7.2	△9.3	2.5
3 기타 조제식료품	586,517	592,378	668,581	685,738	672,102	5.5	△2.0	2.8
4 뼈 없는 소고기(냉동)	483,228	526,215	560,904	608,190	608,755	4.9	0.1	4.7
5 위스키류	438,637	453,572	482,315	555,023	464,723	3.8	△16.3	1.2
6 뼈 없는 소고기(신선)	260,035	310,499	385,824	372,210	423,382	3.4	13.7	10.2
7 기타 밀	295,723	350,837	317,122	311,573	348,949	2.8	12.0	3.4
8 냉동 닭고기(절단육 및 설육)	133,713	155,015	214,616	197,878	227,919	1.9	15.2	11.3
9 사과(신선)	276,362	266,666	242,938	250,056	210,178	1.7	△15.9	△5.3
10 맥주(맥아 조제)	15,773	191,987	186,931	197,378	205,184	1.7	4.0	67.0

* 출처 : Global Trade Atlas

□ 국가별 수출입실적

○ 주요 수출국

- 중국으로의 수출 비중이 가장 크며, 한국은 수출 상위 6위국임
- 대 중국 수출액은 약 8억5,529억 달러(한화 약 1조 33억 원)로 전체 농식품 수출액의 24.7%를 차지함. 뒤이어 미국(15.6%), 일본(10.6%), 홍콩(8.2%), 베트남(6.4%), 한국(5.4%)등이 수출 상위 국가임
- 2020년 한국으로 전년 대비 2.5% 감소한 약 1억 8,567억 달러(한화 약 2,178억 원)를 수출하며 전체 5.4%를 차지함

<국가별 농식품 수출현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	2,793,606	2,818,408	3,336,494	3,564,192	3,463,378	100	△2.8	4.4
1 중국	636,716	686,566	866,055	957,544	855,288	24.7	△10.7	6.1
2 미국	392,738	403,855	434,370	470,820	540,415	15.6	14.8	6.6
3 일본	313,033	321,049	365,010	433,598	368,122	10.6	△15.1	3.3
4 홍콩	240,997	223,074	248,901	257,425	283,507	8.2	10.1	3.3
5 베트남	223,771	239,923	297,262	276,610	220,062	6.4	△20.4	△0.3
6 한국	147,169	149,495	192,393	190,365	185,666	5.4	△2.5	4.8
7 말레이시아	83,426	90,338	109,479	120,200	108,211	3.1	△10.0	5.3
8 싱가포르	73,299	65,933	78,974	85,762	95,534	2.8	11.4	5.4
9 캐나다	54,033	58,086	67,840	76,661	88,518	2.6	15.5	10.4
10 호주	55,601	57,812	71,251	76,351	87,038	2.5	14.0	9.4

* 출처 : Global Trade Atlas

□ 수입 현황

○ 주요 수입국

- 미국산 농식품 수입비중이 26.7%로 가장 높으며, 한국산은 2.3%로 상위 11위 차지
- 2020년 미국산 농식품 수입액은 약 32억 8,380만 달러(한화 약 3조 8,503억 원)로 전년 대비 7.6% 감소함. 뒤이어 브라질산(8.1%), 중국산(7.7%), 뉴질랜드산(6.2%), 일본산(5.9%) 등이 수입 상위국임
- 2020년 한국산 농식품 수입액은 전년 대비 0.1% 감소한 약 28억 달러(한화 약 3,301억 원)로 주요 수입국 11위임

<국가별 농식품 수입현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	11,360,841	12,080,022	12,428,014	12,433,033	12,314,350	100.0	△1.0	1.6
1 미국	3,076,116	3,337,793	3,977,615	3,553,350	3,283,803	26.7	△7.6	1.3
2 브라질	875,237	805,623	365,012	923,187	1,000,402	8.1	8.4	2.7
3 중국	778,520	840,788	949,650	877,565	944,202	7.7	7.6	3.9
4 뉴질랜드	670,529	720,004	758,779	718,070	757,724	6.2	5.5	2.5
5 일본	915,258	627,453	676,378	671,281	722,458	5.9	7.6	△4.6
6 호주	650,706	687,658	649,086	590,915	569,628	4.6	△3.6	△2.6
7 영국	451,751	473,317	504,368	588,658	492,024	4.0	△16.4	1.7
8 태국	442,426	555,463	631,335	540,683	477,709	3.9	△11.6	1.5
9 프랑스	463,244	489,228	481,436	488,757	419,532	3.4	△14.2	△2.0
10 말레이시아	337,016	303,455	303,329	279,263	313,312	2.5	12.2	△1.4
11 한국	251,991	256,276	261,588	281,585	281,375	2.3	△0.1	2.2

* 출처 : Global Trade Atlas

(2) 한국의 對대만 농식품 수출현황

□ 수출 규모

- 2020년 對 대만 농수산물식품 수출 금액 약 3억 달러(한화 약 3,534억 원)규모 임
 - 전년대비 2.6% 감소하였으나, 최근 5년간 연평균 0.4%의 증가세를 보임
 - (농산물) 2020년 수출금액은 전년대비 0.4% 증가한 약 2억 5,943만 달러(한화 약 3,041억 원)로 수출비중의 86.0%에 달함
 - (임산물) 전년 대비 23.9% 감소한 약 3,443만 달러(한화 약 404억 원)로 최근 5년간 연평균 10.8%의 급격한 감소세를 보임
 - (축산물) 전년 대비 26.2% 증가한 764만 달러(한화 약 89억 원)임

<對 대만 농림축산식품 수출현황(2016~2020)>

(단위 : 천 달러, %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중('20)	전년비('19/'20)	연평균('16/'20)
전체	295,682.7	325,824.8	312,067.3	309,698.5	301,505.9	100	△2.6	0.4
농산물	228,279.5	262,277.0	241,985.9	258,387.6	259,432.0	86.0	0.4	2.6
임산물	61,094.4	57,335.6	64,072.4	45,251.0	34,429.1	11.5	△23.9	△10.8
축산물	6,308.8	6,212.2	6,009.0	6,059.9	7,644.8	2.5	26.2	3.9

* 출처 : KATI농식품수출정보(www.kati.net)

□ 對 대만 수출 상위 품목

- 2020년 수출금액 기준 상위 5개 품목은 배, 라면, 인삼류, 배추, 커피 조제품임
 - (배) 2020년 수출 금액은 전체 수출 금액의 7.4%에 해당하는 2,667만 달러(한화 약 313억 원)로 수출금액 기준 1위 품목임
 - (라면) 장기 보관이 가능하고 간편하게 한 끼를 해결할 수 있어 수요가 증가. 특히 기존 인기 제품과 더불어 미디어, SNS 등을 통한 다양한 조리법, 신제품을 접하면서 신상품, 프리미엄 제품 등 수요가 확대됨에 따라 전년 대비 18.3% 증가한 2,357만 달러(한화 약 276억 원) 수출
 - (인삼류) 절삼, 절편, 인삼음료, 인삼차 등 비교적 저렴한 가격의 실속형 조제품 수출 증가에도 불구하고 고가품 매출 부진으로 전년 대비 11.5% 하락한 1,763만 달러(한화 약 207억 원)수출
 - (배추) 국내 배추 생산량 감소 및 수출 가격 상승으로 전년대비 9.7% 감소한 1,449만 달러(한화 약 170억 원) 수출
 - (커피 조제품) 커피 시장 포화상태 등 수요정체에 따라 전년대비 6.3% 감소한 1,316만 달러(한화 약 154억 원) 수출

<對 대만 수출 상위 5개 품목>

(단위 :천 달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중 ('20)	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
전체	331,976.0	376,796.7	369,500.1	366,862.4	358,256.9	100	△2.3	1.5
1.배	23,333.4	20,165.7	21,280.8	26,610.0	26,675.7	7.4	0.2	2.7
2.라면	16,386.6	20,795.6	20,192.3	19,924.4	23,572.9	6.6	18.3	7.5
3.인삼류	10,952.2	18,446.2	20,374.6	19,919.2	17,636.6	4.9	△11.5	10.0
4.배추	8,454.4	11,802.2	11,293.2	16,046.5	14,486.6	4.0	△9.7	11.4
5.커피조제품	14,835.5	16,840.5	17,523.4	14,043.6	13,163.5	3.7	△6.3	△2.4

* 출처 : KATI농식품수출정보(www.kati.net)

Ⅱ. 농식품 시장현황

1. 시장개요

(1) 시장규모 및 특성

□ 대만 식음료 시장 규모

- 유로모니터 자료에 따르면, 2020년 기준 대만 식음료 시장 규모는 1조 1,180억 대만 달러(한화 약40조 9,954억 원)로 전년대비 2.8% 증가하였으며, 최근 5년간 연평균 2.2%의 성장률을 보임

□ 2020년 신선식품 소매 시장 규모

- 신선식품에서 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 육류
 - 2020년 소매 판매금액 기준 가장 큰 비중을 차지하는 품목은 육류로 소매시장 규모는 전년대비 2.3% 증가한 약 1,027억 대만 달러(한화 약 4조 3,455억 원)임
 - 육류 다음으로 큰 비중을 차지하는 카테고리는 과일류(약 956억 대만달러), 견과류(약 372억 대만달러), 채소류(약 356억 대만달러), 계란(약 90억 대만달러) 등으로 집계됨

□ 2020년 가공식품 소매 시장 규모

- 빵류, 스낵류, 간편 조리식품의 비중 높아
 - 빵 류는 전년대비 3% 증가한 726억 대만달러(한화 약 3조 741억 원) 규모이며, 특히 패스트리(Pastries) 및 케이크와 같은 디저트류의 비중이 큼
 - 스낵류는 전년대비 1.7% 감소한 710억 대만달러(한화 약 3조 55억 원) 규모 임
 - 간편 조리식품은 전년대비 9.2% 증가한 614억 대만달러(한화 약 2조 6,006억 원) 규모이며 최근 5년간 연평균 7.4%씩 빠르게 성장하는 카테고리임
 - 쌀, 파스타, 면류는 전년대비 5.3% 증가한 330억 대만달러(한화 약 1조 3,985억 원) 규모임. 대만은 타국과 비교하여 코로나19가 잘 통제되었음에도 비축이 가능한 라면에 대한 수요가 크게 증가함. 반면 저탄수화물 식단 선호 추세에 따라 쌀 소비량은 감소세이며 유통 매장에서 5kg 미만의 소포장 쌀이 인기를 얻음
 - 마시는 우유제품 소매 시장 규모는 전년대비 4.2% 증가한 325억 대만달러(한화 약 1조 3,747억 원)임. 최근 밀크티의 인기가 지속됨에 따라 우유의 인기도 지속됨
 - 가공 육류 및 해산물은 전년대비 6.7% 증가한 181억 대만달러(한화 약 7,673억 원)임. 코로나19 확산을 우려한 소비자들은 비축 할 수 있는 가공 육류 및 해산물에 대한 선호도가 증가하였으며, 젊은 소비자층 사이에서 고단백질 및 저탄수화물 식단이 인기를 얻으면서 간편하게 먹을 수 있는 가공 육류 및 해산물이 인기를 얻음

□ 2020년 펫푸드 소매 시장 규모

- 펫푸드 시장은 최근 5년간 연평균 7.4%의 성장률을 보이고 있으며, 2020년에는 전년 대비 10.5% 증가한 약 241억 대만달러(한화 약 1조 229억 원)의 소매시장 규모를 형성함. 특히 코로나19 확산으로 가정에서 머무는 시간이 증가하자 외로움을 해소하기 위해 반려동물을 양육하는 가정이 증가하고 반려동물의 건강을 고려해 프리미엄 사료를 선택하는 소비자가 증가하면서 펫푸드 시장도 함께 성장함

<주요 품목 소매시장 규모(2016~2020)>

(단위 : 백만 대만 달러)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
신선식품							
-육류	124,611.7	116,581.0	95,422.1	100,382.5	102,658.1	2.3	△3.8
-과일	100,040.7	102,421.6	103,848.5	103,249.5	95,591.1	△7.4	△0.9
-견과류	33,584.9	34,930.3	35,978.9	36,739.2	37,188.0	1.2	2.1
-채소	37,511.0	32,393.0	35,863.8	32,828.3	35,632.2	8.5	△1.0
-계란	8,301.8	7,868.4	8,174.7	8,732.1	8,961.5	2.6	1.5
-근채류	8,229.7	8,224.3	7,954.4	8,269.0	8,800.5	6.4	1.4
-두류	994.9	971.7	984.2	996.9	1,076.8	8.0	1.6
가공 식품							
-빵류	65,065.4	66,946.5	68,655.0	70,508.7	72,589.1	3.0	2.2
-스낵류	62,970.6	65,469.5	68,574.5	72,222.3	70,969.3	△1.7	2.4
-간편 조리식품	42,944.3	45,946.2	50,328.8	56,214.5	61,406.3	9.2	7.4
-쌀·파스타·면류	28,379.4	29,302.1	30,297.1	31,371.1	33,022.3	5.3	3.1
-마시는 우유	27,495.7	28,458.0	29,874.2	31,162.8	32,467.6	4.2	3.4
-가공육류·해산물	15,531.0	15,872.9	16,274.3	16,974.4	18,110.2	6.7	3.1
-소스 및 조미료	11,364.7	11,565.5	11,714.0	11,881.7	12,362.4	4.0	1.7
-영유아 식품	12,493.2	12,712.7	12,285.6	11,837.6	11,485.2	△3.0	△1.7
-식용유	8,414.4	8,740.9	8,975.9	9,206.6	9,695.6	5.3	2.9
-차	7,089.9	7,219.2	7,384.4	7,557.6	7,704.1	1.9	1.7
-커피	3,677.7	4,018.5	4,433.3	4,925.4	5,489.5	11.5	8.3
-아침 시리얼	3,726.4	4,059.3	4,379.4	4,644.5	4,841.4	4.2	5.4
-가공 과채류	1,493.5	1,560.4	1,612.2	1,672.9	1,718.6	2.7	2.8
펫푸드	16,912.3	18,589.1	20,108.9	21,848.4	24,141.8	10.5	7.4

* 출처 : Euromonitor, Taiwan Market Sizes

□ 외식시장 규모

○ 코로나19 확산 우려 및 관광객의 감소로 외식 시장 전년대비 4.2% 감소

- 대만 경제부 통계처 자료에 따르면 대만 경제의 장기적인 불황에도 외식업 시장은 2019년까지 꾸준한 성장세를 유지했으나 코로나19 확산 우려 및 관광객 감소로 2020년 매출액은 약 7,776억 대만달러(한화 약 33조 308억 원)로 전년대비 4.2% 감소함
- 외식 산업 비중은 식당이 83.6%로 가장 높으며, 음료매장 12.6%, 케이터링 3.8% 순임. 특히 코로나19로 관광객이 급감하고 대규모 모임을 자제함에 따라 케이터링 업계 2020년 매출은 전년대비 29.9% 감소한 299억 대만달러(한화 약 1조 2,705억 원)로 가장 큰 타격을 입음

<대만 외식 산업 매출액>

(단위 : 천 대만 달러)

	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	비중	전년비
총 매출액	710,901,272	737,418,978	777,467,404	811,576,646	777,562,832	100.0	△4.2
- 식당	579,696,253	602,016,301	638,985,267	669,513,218	649,822,357	83.6	△2.9
- 케이터링	41,512,842	41,524,795	42,281,478	42,646,405	29,907,155	3.8	△29.9
- 음료매장	89,692,177	93,877,882	96,200,659	99,417,023	97,833,320	12.6	△1.6

*출처 : 경제부 통계처(經濟部統計), Sales of Wholesale trade, Retail and Food Services

(2) 소비인구 및 특성

□ 대만 인구¹⁾

- (연령) 2020년 기준 대만 인구수는 약 2,356만 명이며, 중위 연령은 42.38세로 40대 인구가 16%를 차지하며, 50대(15.4%), 30대(14.8%), 60대(13.3%), 20대(13.1%)가 뒤를 이음. 20~60대 인구가 대만 전체 인구의 72.6%를 차지함
- (성별) 2020년 기준 남성 1,167만 명, 여성 1,188만 명으로 남녀 성비는 균등한 편임

<2020년 기준 연령별 대만 인구수>

(단위 : 천명, %)

연령	0~9세	10~19세	20~29세	30~39세	40~49세	50~59세	60~69세	70~79세	80세 이상	합계
인구수	1,989	2,128	3,092	3,478	3,777	3,631	3,123	1,491	851	23,561
비율	8.4	9.0	13.1	14.8	16.0	15.4	13.3	6.3	3.6	100.0

<2020년 기준 성별 대만 인구수>

(단위: 천명, %)

연령	남성	여성	합계
인구수	11,674	11,887	23,561
비율	49.5	50.5	100.0

* 출처 : 內政部統計月報 , 「Resident Population by 5-Year,10-Year Age Group」

1) 內政部統計月報 , 「Resident Population by 5-Year,10-Year Age Group」

□ 가구 소득 및 지출²⁾

- (가구 수) 2020년 기준 8,829,466가구로 집계, 1~2인 가구의 비율이 45.4%로 가장 높으며, 3~4인 가구는 42.2%, 5인 이상 가구는 12.4% 비중을 차지함
- (소득) 2020년 기준 대만 가구당 연간 평균 소득은 약 129만 대만달러(한화 약 5,481만 원), 1인 가구의 연간 평균 소득은 약 56만 대만달러(한화 약 2,372 만원)로 조사됨
- (식음료 지출) 2020년 기준 대만 가구당 연간 평균 약 12만 대만달러(한화 약 500만원)를 식음료에 지출하는 것으로 나타났으며 이는 전체 지출의 약 14.5%에 해당함. 1인 가구의 경우 식음료에 연간 전체 지출의 11.9%에 해당하는 44,220대만달러(한화 약 187만원)를 지출하는 것으로 나타남

<2020년 대만가구별 연간 소득 및 지출 현황>

(단위: 호, 대만달러,%)

	전체 평균	1인가구	2인가구	3인가구	4인가구	5인가구	6인가구	7인가구	8인가구	9인가구
가구수	8,829,466	1,269,063	2,735,747	2,036,481	1,688,879	642,858	303,375	104,554	30,398	18,112
비율	100.0	14.4	31.0	23.1	19.1	7.3	3.4	1.2	0.3	0.2
소득	1,293,719	559,907	951,611	1,447,609	1,767,373	1,840,071	2,035,581	2,292,475	2,557,972	3,209,265
지출	815,100	372,051	625,147	875,298	1,075,825	1,188,597	1,353,030	1,459,341	1,639,421	2,100,333
소비 지출	118,015	44,220	91,214	122,788	151,209	184,894	223,567	275,064	312,726	329,890
비율	14.5	11.9	14.6	14.0	14.1	15.6	16.5	18.8	19.1	15.7

* 출처 : 109年家庭收支調查報告, 「The Survey of Family Income and Expenditure, 2020」

2) 109年家庭收支調查報告, 「The Survey of Family Income and Expenditure, 2020」

2. 시장 트렌드

(1) 주요 트렌드

□ 대만의 메가트렌드³⁾

- **(디지털 콘텐츠와 상호작용)** 디지털 콘텐츠를 통한 상호 작용 및 소비하는 소비자가 증가함. 대만은 첨단 광대역 인터넷 및 모바일 인프라를 갖춰 인터넷 사용자 및 스마트 보급률이 높음. 또한 비접촉식 결제가 잘 확립되어 있으며, 밀레니얼 세대를 중심으로 모바일 결제 사용률이 증가하고 있음. 대형 유통 업체를 중심으로 디지털 지갑 및 온라인 쇼핑앱을 하나로 통합하는 등 전자 상거래에 적극 투자하고 있으며, 향후 유통 업체 간 전자 상거래 경쟁은 지속적으로 심화될 전망이다
- **(소득의 양극화)** 대만은 상대적으로 소득 분배가 균등하게 이루어지고 있으며, 1인당 가처분 소득은 2014~2019년 동안 14% 증가해 꾸준히 소비가 증가함. 그럼에도 불구하고 많은 제조업체가 해외로 이전함에 따라 소득 격차는 악화되고 있음. 소득 수준이 높은 소비자는 신베이와 타이베이에 밀집되어 있음
- **(프리미엄화)** 가격에 민감하지만, 소득 증가로 다양한 프리미엄 제품 및 업그레이드된 서비스를 즐기고자 하는 소비자가 늘고 있음. 특히 장시간의 근무로 시간을 절약하고, 편안함을 더하거나 환경이나 지역사회에 기여할 수 있는 소비를 선호함. 유로 모니터의 2020년 조사에 따르면, 응답자의 39%가 향후 구매 횟수를 줄이는 대신 고품질 제품을 구매할 것이라고 답함
- **(쇼핑 방법의 변화)** 경제와 기술이 발전함에 따라 상품과 서비스를 구매하는 방법은 변화하고 있음. 장시간의 근무로 편리한 쇼핑을 선호함에 따라 접근성이 높은 도시 지역의 소형 슈퍼마켓과 편의점에 대한 선호도가 높음. 특히 적립금 또는 포인트를 모으기 위해 특정 상점을 이용함. 반면, MZ소비자를 중심으로 시간 구매 없이 즉시 구매 할 수 있는 온라인 쇼핑의 선호도가 증가하고 있음
- **(소포장)** 1~2인 가구 증가로 소포장 수요가 확대되고 있으며, 기존 상품을 특색 있는 소포장 형태로 바꾸어 가격부담을 해소하면서 소비자의 관심을 끄는 상품 출시 증가, 슈퍼마켓 및 편의점과 같은 대형 유통매장은 소포장 신선 식품에 집중하고 있음
- **(건강한 생활의 일상화)** 건강에 대한 높은 관심과 함께 건강한 생활 습관이 점점 일상화되고 있음. 대만의 긴 근무시간으로 소비자가 운동에 할애하는 시간은 줄어들고, 바쁜 일상으로 간편식의 소비가 증가하자 식품 구매 시 편리함과 함께 체중 관리 및 건강한 성분 섭취를 고려하는 소비자가 증가함

3) Euromonitor, 「Megatrends in Taiwan」, 2020.10

(2) 이슈품목

□ 신선 식품

○ 다양한 식재료가 소량씩 담긴 “신선 식품 꾸러미” 4)

- 코로나19 확산에 대한 우려로 재래시장과 같이 사람이 붐비는 곳을 피해 한 곳에서 모든 식재료를 구매하려는 소비자의 수요 및 증가하는 1~2인 가구 수요에 맞추어 편의점, 슈퍼마켓과 같은 주요 유통업계에서는 채소·과일·육류·해산물 등 다양한 식재료를 소량씩 한 상자에 담은 신선 식품 꾸러미를 출시함
- (세븐 일레븐) 대만 편의점 세븐일레븐은 ‘타이수유기농장(台塑有機農場)’, ‘신후농장(新湖農場)’ 과 같은 유명 신선식품 브랜드와 손잡고 온라인 쇼핑몰 플랫폼을 통해 채소·과일 등 10가지 이상 신선 식품 및 50여종의 냉동 해산물 및 육류 제품 등 다양한 조합으로 구성된 신선 식품 상자를 판매함. 다양한 식재료가 소량씩 구성되어 소규모 가족에게 적합해 인기가 높음. 일부 매장에서는 20여종의 유기농 인증 채소를 판매하는 신선 채소 매대를 운영하기도 함
- (패밀리 마트) 패밀리 마트 모바일 앱을 통해 다양한 14종의 식재료로 구성된 채소 상자를 판매함. 매일 다른 구성으로 업데이트되며, 앱을 통해 주문 및 지불하고 매장에서 제품을 수령할 수 있음
- (까르푸) 각종 채소·과일·소스류 11종을 담은 신선 식품 상자를 판매함. 건강한 먹거리를 찾는 소비자를 위해 유기농 과일과 채소로만 구성된 ‘유기농 과채 상자(有機蔬菜箱)’ 를 별도로 출시하기도 함

<유통업계에서 선보이는 신선 식품 상자>



| 세븐 일레븐 신선식품 상자 |



| 패밀리마트 채소 상자 |



| 까르푸 신선식품 상자 |

4) ELLE, 「線上買菜推薦！5大通路、10大網路生鮮平台懶人包, 蔬果箱、新鮮肉品、防疫物資一次購齊」, 2021.05.31

□ 가공 식품 - 건강하고 간편한 간편식 제품⁵⁾⁶⁾⁷⁾

○ 냉동 간편식 인기

- 냉동 간편 식품은 가정 간편식 카테고리에서 가장 큰 성장률을 보임. 최근 냉동 식품이 더 신선한 상태로 보관된다는 인식이 증가하고, 장기간 보관이 가능한 동시에 빠르게 조리할 수 있어 바쁜 소비자 특히 젊은 소비자에게 큰 호응을 얻음. 특히 코로나19 기간 만일을 대비한 비축용 식품의 소비가 증가함에 따라 유통기간이 긴 냉동식품에 비축하는 소비자도 증가함

○ 저탄수화물 즉석 식품 및 간편 조리 식품 출시 활발

- 건강에 대한 소비자의 관심 증가로 세븐일레븐 및 패밀리마트와 같은 주요 편의점은 및 식품 업체는 ‘건강·체중 관리·채식’ 등 건강 요소를 강조한 간편식을 활발하게 출시하고 있음. 특히 최근에는 저탄수화물 고단백 건강식 트렌드에 따라 저탄수화물의 간편 조리식품의 출시가 증가하고 ‘가벼운 식사(light food)’를 강조한 마케팅을 진행함
- (세븐일레븐) 채식 식품 브랜드 ‘티엔수디슈(天素地蔬)’와 저칼로리 식품 브랜드 ‘심플 핏(Simple fit)’을 출시하는 등 건강을 강조한 간편식 자체 브랜드와 제품군을 확대해 나가고 있음. 재료와 칼로리 등 세부 정보를 투명하게 공개해 소비자의 신뢰감을 높임

<세븐일레븐 채식 및 저칼로리 간편식 브랜드 >



*출처 : 대만 세븐일레븐 홈페이지(www.7-11.com.tw)

- (이메이식품(義美食品)) '21년 7월, 밥·면 등 탄수화물의 비중(25%)은 낮추고 채소와 고기의 비중(75%)을 높인 간편 조리식품을 출시함. 한 그릇으로 채소 8종을 포함한 최소 16종의 다양한 식재료를 섭취할 수 있다는 특징점을 강조함

5) Euromonitor, 「Ready Meals in Taiwan」, 2020.11

6) Taiwan News, 「Taiwan's I-Mei Foods tackles nutritional deficiencies with new ready-to-eat meals」, 2021.07.17

7) 經濟日報, 「7-ELEVEN擴大素食商品布局 攜手蔬食餐廳「熱浪島」」, 2021.06.16

<저탄수화물 식품>



| 건강상 이점을 적극 홍보 |



| 이메이 식품이 출시한 저탄수화물 즉석 식품 |

○ 지방, 나트륨, 첨가물을 줄이거나 뺀 과자 및 음료 제품

- 대만 소비자의 건강에 대한 높아진 관심은 스낵과 음료 같은 간식 선택에도 영향을 미침. 과도한 나트륨, 지방, 첨가물 등 건강에 좋지 않은 성분 섭취를 우려한 소비자는 나트륨, 지방, 첨가물 함량이 적은 제품을 선택하기 시작했으며, 식품 업계에서는 변화하는 소비 트렌드에 따라 나트륨, 지방, 첨가물 등의 함량을 줄인 제품을 출시함
- 최근에는 무(無)설탕 차 제품이 높은 성장세를 이어가고 있음. 특히 콜드브루 방식으로 추출한 제품은 차 본연의 맛을 강조하는 프리미엄 제품으로 일반 차음료 제품보다 높은 가격에도 판매됨에도 불구하고 빠르게 성장하고 있는 카테고리임
- 또한 나트륨과 지방의 높은 함량에 대한 우려가 높은 감자 칩 브랜드는 후추, 허브, 구운 김 등 소금의 풍미와 맛을 대체할 수 있는 원료를 활용하여 나트륨의 함량을 기존제품 대비 30~70%까지 줄이고, 나트륨 함량이 줄어든 제품에 관한 홍보를 대대적으로 전개하고 있음

< 저지방, 저 나트륨 감자칩 및 무첨가 콜드브루 차음료 >



| 기존 제품 대비 나트륨 함량을 30~70% 줄인 감자칩 |



| 무첨가 콜드브루 차음료 제품 |



□ 가공 식품- 디저트류

○ 특색 있는 타르트 및 샌드위치 인기

- 빵류는 전년대비 3% 증가한 726억 대만달러(한화 약 3조 741억 원) 규모로 패스트리(Pastries) 및 케이크와 같은 디저트류 시장이 견인하고 있음. 디저트류 주 소비층은 젊은 세대로 제철 식재료를 이용한 디저트나 특색 있는 이국적인 디저트를 즐김
- 최근에는 새콤달콤한 레몬 필링으로 속을 채운 꽃 모양 레몬 타르트와 다양한 재료를 활용한 토스트 형태의 샌드위치가 인기를 얻음. 샌드위치를 채우는 속 재료는 검은 깨&치즈, 고구마&치즈, 양파&베이컨, 타로, 바질 페스토 등 점점 다양해지는 추세이며 일부 편의점은 온라인 플랫폼에서 판매하며 빠른 배송 서비스를 제공하기도 함

<특색 있는 디저트류>



| 꽃 모양 레몬 타르트 |



| 다양한 속재료를 활용한 토스트 샌드위치 |

□ 가공 식품 - 프리미엄 인스턴트 면

○ 건면을 활용한 볶음면

- 새로운 맛에 대한 높은 수요와 관심에 따라 인공 첨가물 사용을 줄이고 요리의 편의성을 증대한 건면을 활용한 볶음면 형태의 인스턴트 면이 증가함. 주요 타깃 그룹이 젊은 세대인 점을 고려해 온라인 마케팅을 강화 하고 있음. 증반면(Tseng Noodles, 曾拌麵)은 대만 TV 진행자(Sam Tseng)의 이름을 따서 명명된 제품으로, 크게 성공하자 더 많은 유명인들이 자신의 얼굴과 이름을 앞세운 브랜드 볶음면을 출시함
- 2018년부터 2020년까지 대만 시장에 15개 이상의 유명 볶음면 브랜드가 출시되었고 프리미엄 인스턴트면 시장 경쟁이 치열해짐에 따라 업계에서는 기존에 없던 식재료 활용, 풍부한 건더기 양, 새로운 맛 등 차별화된 제품을 출시함. 치열한 경쟁 속에 프리미엄 인스턴트 면은 점점 고급화되며 다양해지고 있음

<대만산 프리미엄 인스턴트 면>



| 건면 비빔면 |



| 건면 탄탄면 |



| 건면 파기름 면 |



| 요리 선지 면 |



| 우육면 |

3. 농식품 관련 정책

□ 수출 시장 다변화를 위한 적극 지원⁸⁾

○ 중국의 대만 파인애플 수입 금지 발표로 수출 시장 다변화 필요성 대두

- 올해 2월26일 중국이 검역 문제를 이유로 대만산 파인애플 수입을 잠정 금지함. 대만에서 수출하는 파인애플의 약 90%가 중국으로 수출되기 때문에 예기치 못한 수입 금지 조치로 對중국 수출 의존도를 낮추고, 수출시장을 다변화의 필요성이 대두됨

○ 수출 촉진 및 시장 다변화를 위한 다양한 지원 제공

- 단일 수출 시장을 보유함으로써 야기되는 위험을 피하기 위해 수출 시장 확대 및 촉진을 위해 다양한 혜택을 지원함. 대만 농업 협회는 해외 농산물 전시회 참가 지원, 싱가포르 및 기타 국가의 슈퍼마켓 체인점과 협력을 통한 대만 농산물 섹션 설립, 할랄 인증 획득을 통한 이슬람 국가에 수출 지원 등 수출 시장 다변화를 위해 적극 지원하고 있음

□ <사전공고> 「식품 원료 알로에의 사용 제한 및 표시에 관한 규정」 초안⁹⁾

○ 공고 일자 : 2020년10월7일 (위수식자(衛授食字)제1091302179호)

○ 시행 예정일 : 2022년 1월1일

○ 초안의 주요 내용

1. (법적 근거) 본 규정은 식품 안전 위생 관리법(食品安全衛生管理法) 제15조1항 및 제22조10항22관에 따라 제정됨
2. (식품 재료로 사용할 수 있는 알로에 품종, 부위 및 가공 조건) 식품 원료로 사용되는 알로에(蘆薈)는 알로에 베라(Aloe vera)와 알로에 페록스(Aloe ferox) 품종의 잎에 한하며, 가공 전에 완전히 껍질을 제거해야함
3. (식품에서 허용되는 함량 및 경고문 표시 문구) 알로에 잎을 원료로 사용하는 식품은 다음 요건을 충족해야함
 - ① 알로인(aloin) 함량 10ppm 미만
 - ② 「월경기 여성, 임산부, 수유부, 어린이, 소화기관 또는 간·신장 질환이 있는 환자에게는 섭취를 권장하지 않음(不建議經期婦女、孕婦、授乳者、孩童、消化道或肝腎疾病患者食用)」이라는 경고 문구를 표시해야함
4. (규정의 시행일) 이 규정은 2022년 1월1일부터 시행함. 이 규정이 시행되기 전에 알로에를 원료로 사용한 식품은 유통 기한까지 계속 판매 될 수 있음

8) Taipei Times, 「COA pledges export market diversity, 2021.03.02

9) Taiwan FDA, 「식품원료 알로에의 사용제한 및 표시 규정(食品原料蘆薈之使用限制及標示規定)」, 2020.10.7

□ <규정> 「식품 원료 카카오(Theobroma cacao) 껍질의 사용 규제 및 표시 규정」¹⁰⁾

- 공고 일자 : 2020년 11월 24일 (위수식자(衛授食字) 제1091303197호)
- 시행일 : 2020년 11월 24일
- 주요 내용

「식품 원료 카카오 껍질(可可(Theobroma cacao)豆殼)의 사용 규제 및 표시 규정」이 제정 되었으며 이는 당일(11월 24일)부터 발효됨

- ① (법적 근거) 본 규정은 식품안전위생관리법(食品安全衛生管理法)에 따라 제정함
- ② (사용) 카카오 껍질은 말린 후 뜨거운 물로 우려 마시는 차(泡茶) 제조에 사용할 수 있음
- ③ (표시 문구) 카카오 껍질을 원료로 사용하는 식품에 「어린이, 임산부 및 수유 중인 사람은 섭취를 피해야 함(兒童、孕婦及授乳者應避免食用)」이라는 경고문을 표시해야 함

□ <개정 공고> 「식품 첨가물 사용범위와 허용량 및 규격 표준」 규정¹¹⁾

- 공고 일자 : 2021년 6월 23일 (위수식자(衛授食字) 1101300017호)
- 시행 일자 : 2024년 1월 1일
- 주요 내용

「식품 첨가물 사용범위와 허용량 및 규격 표준」 제4조 및 제2조의 부표1 제10항. 향료(香料) 관련 내용을 개정(수정 및 추가)함

- ① 아래 기재된 품목은 식품(食品)에 첨가할 수 없음. 단, 천연 유래 물질의 유입은 예외
- ② 음료(飲料)에 사용되는 천연 향료가 아래 기재된 품목 함유 시 최대 허용 기준을 준수해야 함

품명	사용 범위	허용 기준(mg/kg)
아가리스산 (松蕈酸, Agaric acid)	음료	20
알로인 (蘆薈素, Aloin)		0.10
베타-아살론 (β- 杜衡精, β- Asarone)		0.10
베르베린 (小檗鹼, Berberine)		0.10
코카인 (古柯鹼, Cocaine)		검출 불가
쿠마린 (香豆素, Coumarin)		2.0
시안화 수소산 (總氫氰酸, Total Hydrocyanic Acid)		1.0
하이페리신 (海棠素, Hypericine)		0.10
플레곤 (胡薄荷酮, Pulegone)		100
퀴사인 (苦木素, Quassine)		5
퀸인 (奎寧, Quinine)		85
사프롤 (黃樟素, Safrole)		1.0
산토닌 (山道年, Santonin)		0.10
α-투온, β-투온 (酮 α與β, Thujones α and β)		0.5

- ③ 합성향료 물질 ‘스티렌(苯乙烯, Styrene)’, ‘오제닐 메틸에테르(丁香油酚甲醚, Eugenyl methyl ether)’, ‘피리딘(吡啶, Pyridine)’의 사용을 금지함

10) Taiwan FDA, 「식품 원료 카카오껍질의 사용 규제 및 표시 규정(「食品原料可可(Theobroma cacao)豆殼之使用限制及標示規定」)」, 2020.10.7

11) Taiwan FDA, 「식품 첨가물 사용범위와 허용량 및 규격 표준(食品添加物使用範圍及限量暨)」 규정 2021.6.23

Ⅲ. 농식품 유통 현황

1. 유통 현황 및 특징¹²⁾

(1) 유통 현황

□ 유통 시장 규모

○ 식음료 시장 규모

- 2020년, 대만 식음료 시장 규모는 1조 1,801억 대만달러(한화 약 49조 9,654억 원)로 전년대비 2.8% 증가했으며, 최근 5년간 연간 2.2%의 성장률을 보임
- 대만에서 유통되는 식음료의 대부분(97.3%)은 점포 소매로 유통되며, 전자상거래를 포함한 무점포 유통은 2.7%에 불과함

<대만 소매 형태별 식음료 시장 규모(매출액)>

(단위 : 10억 대만달러, %)

소매 형태	2016년	2017년	2018년	2019년		2020년		전년비 ('19/'20)	연평균 ('16/'20)
	매출액	매출액	매출액	매출액	비율	매출액	비율		
합 계	1,058.4	1,071.4	1,115.3	1,147.6	100	1,180.1	100	2.8	2.2
점포 소매업	1,034.5	1,045.9	1,088.4	1,118.2	97.4	1,148.2	97.3	2.7	2.1
- 현대식 유통 채널	535.8	555.6	581.8	600.8	52.4	620.6	52.6	3.3	3.0
- 편의점	219.6	227.2	244.1	253.2	22.1	258.8	21.9	2.2	3.3
- 슈퍼마켓	181.2	190.0	198.5	207.8	18.1	223.5	18.9	7.6	4.3
- 하이퍼마켓	134.1	137.5	138.3	138.8	12.1	137.4	11.6	△1.1	0.5
- 포코트 소매점	0.9	0.9	0.9	1.0	0.1	1.0	0.1	1.4	1.5
- 전통식 유통 채널	498.7	490.4	506.6	517.4	45.1	527.6	44.7	2.0	1.1
무점포 소매업	23.9	25.4	26.9	29.4	2.6	31.9	2.7	8.3	6.0
- 직접 판매	3.0	2.9	2.7	2.6	0.2	2.4	0.2	△6.3	△3.9
- 홈쇼핑	3.7	3.8	3.6	3.5	0.3	3.4	0.3	△3.7	△2.0
- 전자 상거래	15.3	17.1	19.3	22.0	1.9	24.7	2.1	12.3	10.1
- 자판기	1.9	1.6	1.3	1.3	0.1	1.4	0.1	2.9	△6.2

* 출처: 유로 모니터, 「Retailing in Taiwan」, 2021.03 / *백화점에서의 식품 판매는 통계에서 제외됨

○ 오프라인 유통시장(점포 소매) 규모

- 오프라인 유통 시장에는 전통식 유통채널과 현대식 유통채널인 편의점, 슈퍼마켓, 하이퍼마켓 등이 있으며, 2020년 오프라인 식품 시장 규모는 약 1조 1,482억 대만달러(한화 약 48조 6148억 원)로 전년 대비 2.8%, 최근 5년간 연평균 2.2% 증가함
- (현대식 유통 채널) 매출액은 6,206억 대만달러(한화 약 26조 2,576억 원)이며, 식음료 유통채널 비중 52.6%로 최근 5년간 연평균 3% 증가함
 - 특히 편의점(21.9%), 슈퍼마켓(18.9%)의 비중이 두드러지며 각각 연평균 3.3%, 4.3%, 비율로 증가세를 보임. 하이퍼마켓은 전년대비 1.1%의 감소세를 보임

12) 유로모니터, 「Retailing in Taiwan」, 2021.03

- (전통식 유통채널) 매출액은 5,276억 대만달러(한화 약 22조 3,228억 원)이며, 식음료 시장의 44.7%에 해당하는 수치로 식음료 유통에서 높은 비중을 차지하지만, 최근 5년간 더딘 성장세(연평균 1.1% 성장)를 보임

○ 온라인 식품 시장 규모

- 온라인 식품 시장규모는 247억 대만달러(한화 약 1조 451억 원)로 전년대비 12.3%, 최근 5년간 연평균 10.1%의 높은 성장세를 보임

□ 유통채널 동향

○ 코로나19로 온라인 서비스 강화

- 코로나19 대유행 기간 전자 상거래에 대한 의존도가 높아지자 오프라인 소매 업체는 모바일 앱 및 온라인 플랫폼 개발을 통해 온라인 유통 채널을 강화하고, 온·오프라인 매장 간의 다양한 프로모션을 진행하여 전자 상거래 분야의 경쟁력을 강화함

○ 코로나19 기간 온라인 쇼핑 증가로 유통 채널의 경계 모호

- 편의점은 온라인 쇼핑 택배 픽업 서비스를 제공하고, 슈퍼마켓은 기존 오프라인 쇼핑 과정에서 발생하는 구매·계산 과정을 생략할 수 있도록 모바일 앱에 사전 주문 기능을 추가하는 등 코로나19에 따른 소비자의 구매 습관 변화에 대응함
- 더 많은 수익 창출을 위한 소매 업계의 전략 수정으로 매장 형태의 경계가 흐려짐
 - 온라인 쇼핑이 증가하자 대형 마트는 규모 및 취급 품목을 축소해 운영하기 시작함에 따라 슈퍼마켓과 대형 마트의 경계가 모호해짐. 또한 온라인 시장과의 경쟁으로 오프라인 매장은 접근성이 더욱 중요한 요소로 작용하자 슈퍼마켓은 매장 규모를 줄이고 주거 지역 진출을 늘림. 슈퍼마켓과 편의점의 역할 간극이 줄어들고 있음
 - 오프라인 고객과 온라인 채널 연결을 위해 오프라인 매장은 고객 경험에 중점을 두고, 온라인 매장은 판매에 중점을 두고 있음

(2) 유통구조

□ 도매 유통

- 원료가공 및 제조 및 수입 후 도매업, 유통매장, 온라인, 홈쇼핑 등으로 유통되며 식자재의 경우 요식업 및 단체기관 급식으로 직접 납품되고 있음
- 대기업이 운영하는 대형유통매장에서는 농수산물식품을 도소매업을 통하지 않고 농가 또는 수입상에서 직접 공급을 받아 가격 및 품질 경쟁력을 높이고 있음
- 유통매장은 치열해지는 경쟁 속에서 차별화 및 경쟁력 강화를 위해 유명 프랜차이즈, 식품 유통업체와 협력하여 자체 브랜드 상품 개발 및 상품군을 다양화하고 있음

□ 소매유통

- 전통식 유통 채널의 유통 비중이 가장 높아 44.7%
 - 유로모니터 자료에 따르면 2020년 식품 소매 판매액 기준 유통채널별 비중은 전통식 유통 매장이 44.7%로 가장 높은 비중을 차지하며, 편의점(21.9%), 슈퍼마켓(18.9%), 하이퍼마켓(11.6%), 전자 상거래(2.1%) 순으로 집계됨
- 최근 온라인 및 모바일 시장이 강화되고 있는 추세
 - 소셜 미디어의 생방송 기능 활용, 모바일 지불 방법 다양화 등을 통해 온라인 및 모바일 시장이 성장하고 있음
- 드러그 스토어 등 신규 유통채널에서는 고품질 식품을 중심으로 유통
 - 일반 식품 유통매장 외 약국 프랜차이즈(Great Tree Pharmacy 등), 드러그스토어(Wason's, Cosmed, Tomod's 등)에서도 유기농, 친환경, 건강식품, 영유아식품 등 고품질 식품 위주로 유통이 되고 있음

□ 수입산 농식품 유통 특성

- 수입 제품은 비교적 높은 가격에도 불구하고 높은 선호도를 보임
 - 대부분의 상품이 수입 개방되어 자유롭게 시장에서 거래되고 있으며, 1986년 이후 유통시장 개방으로 외국 유통업체의 진출도 본격적으로 이루어지고 있음
 - 일본의 소비재는 가격이 월등히 높음에도 불구하고 양호한 품질과 서비스를 갖추고 있어 소비자의 선호도가 높음
 - 일반적으로 일반 소비재의 가격 구조를 보면, 일본산 수입제품>유럽산>미국산>한국산>대만산>중국산 및 기타 동남아 국가 수입제품 등으로 분류되고 있음
 - 식품, 담배, 음료, 술, 화장품, 의류 등 광범위한 각종 외국제품들이 대만에서 활발하게 판매되고 있으며 대부분 대도시 슈퍼마켓이나 백화점 등에서 손쉽게 구입할 수 있을 뿐만 아니라 편의점에서도 편리하게 각종 수입산 제품을 구입할 수 있음

2. 주요 유통채널 현황¹³⁾¹⁴⁾

(1) 오프라인 유통채널

□ 슈퍼마켓¹⁵⁾¹⁶⁾

- (매출) 2020년 전년 대비 8% 증가한 2,235억 대만달러(한화 약 9조 4,563억 원)규모임
 - 코로나19 기간 매장간의 이동을 자제하고 슈퍼마켓에서 한 번에 구매 선호, 가정식 증가 및 생필품 수요 증가 등의 요인으로 수혜를 받음
- 최신 동향
 - (소포장 신선 식품 수요 증가) 인구 구조 변화로 1-2인 가구가 증가하자 외식 증가 및 소포장 신선 식품 수요 증가함. 재래시장 대신 소량 구매가 용이한 슈퍼마켓에서 신선 식품을 구매하는 소비자가 증가함. 또한 편의점과 차별화를 위해 슈퍼마켓 업계에서는 신선식품에 집중하고 품목을 강화해나가고 있음
 - (PX마트) 자체 신선 식품 공장 및 유통 센터를 구축하는 등 신선식품을 카테고리를 확장해나가고 있음. 또한 외식 보다 집밥을 장려하기 주방용품을 증정하는 포인트 적립 제도를 시행함
 - (까르푸 마켓) 대만 까르푸는 신선 식품 유통에 특화된 웰컴, 마켓플레이스 등 슈퍼마켓 브랜드를 보유한 대만 데어리팜(Dairy Farm International Holdings Ltd) 인수함. 기존 대만 데어리팜이 소유한 매장·고객·창고 및 물류 네트워크를 활용해 대만에서 영향력 확장 도모함. 웰컴은 까르푸 마켓(Carrefour Market), 마켓플레이스는 까르푸 프리미엄(Carrefour premium)으로 변경하고 있으며 1년 내 전 매장 전환이 목표임
 - (심플마트) '20년 9월 기준 대만 전역 744개 매장 보유. 지역 경제 활성화를 위해 주거지역을 기반으로 매장을 확대해나감
 - (프리미엄 매장 강화) 소비자의 관심을 높이기 위해 다양한 컨셉의 새로운 매장을 시도하고 운영함. 가격보다 품질을 우선시 하는 소비자를 대상으로 고품질의 신선 식품 비중을 늘리고, 좋은 식재료 고르는 법·건강한 식습관 강좌를 제공하는 등 고소득 소비자에 특화된 서비스를 제공함. 또한 시티슈퍼 같은 고급 슈퍼마켓은 일반 슈퍼마켓과 차별성 확보를 위해 가격보다는 품질이 보장된 공급업체와 협력을 선호함
 - (친환경 인식 증가) 소비자들의 환경에 대한 인식이 높아짐에 따라 유통매장에서 상당량의 식품 폐기물을 줄이기 위해 유통기한 임박 상품 할인, 자선 기관 기부 등 노력과 함께 브랜드의 친환경 이미지에도 많은 정성을 기울임

13) USDA, 「Taiwan Retail Foods Report」, 2020.06.09

14) Euromonitor, 「Retailing in Taiwan」, 2021.03

15) Euromonitor, 「Supermarkets in Taiwan」, 2021.03

16) Carrefour, 「Carrefour Accelerates its expansion with the acquisition of 224 proximity stores in Taiwan」, 2020.06.02

<대만 주요 슈퍼마켓 현황>

(단위 : 백만 대만 달러, %, 2020년 기준)

매장명	PX Mart (全聯福利中心)	Carrefour Market	Simple Mart (美聯社)	City Super
사진				
유통업체	Chyuan Lien Enterprise Co Ltd	PresiCarre Co Ltd	Mercuries & Associates Ltd	Far Eastern Department Stores Co Ltd
설립연도	1997년	1987	1997년	1996년
매장수	994	202	744	7
매출액	128,947.6	22,723.2	12,454.2	2,718.8
점유율	57.7	10.2	5.6	1.2
홈페이지	www.pxmart.com.tw	www.carrefour.com.tw	www.simplemart.com.tw	www.citysuper.com.tw

*출처 : Euromonitor, 「Supermarkets in Taiwan」, 2021.03 / 해당업체홈페이지

□ 대형유통매장(Hypermarket) 및 창고형 매장(warehouse club)¹⁷⁾¹⁸⁾

- (매출) 2020년 대형유통매장 매출액은 전년 대비 1% 감소한 약 1,374억 대만달러(한화 약 5조 8,134억 원), 창고형 매장 매출액은 전년대비 17% 증가한 약 933억 대만달러(한화 약 3조 9,475억 원)임
- 대표적인 대형유통매장으로 까르푸(Carrefour), RT마트(RT-MART), 에이마트(A-MART)와 창고형 매장(warehouse club)인 코스트코(COSTCO)가 있음
- 최신 동향
 - 대형 유통 매장은 전자 상거래 시장에 지속적으로 투자하고 있으며, 점점 더 많은 소비자들이 온라인 구매를 선호함에 따라 대형 슈퍼마켓과 슈퍼마켓의 경계가 사라지고 있음
 - 온라인 시장과 차별화를 위해 신선식품에서의 업체 간 경쟁이 심화되고 있으며, 주요 대형 유통 매장은 소비자가 구매한 신선식품에 주력하고 즉석 조리 서비스를 제공함
 - (코스트코) 전염병 확산으로 다수의 소비자가 쇼핑 빈도를 줄이고 대량 구매를 선호함에 따라 창고형 매장이 반사 이익을 얻음. 코스트코의 가성비 높은 제품, 고객 우선의 반품 정책은 충성도를 높이는데 기여함. 대만 인구의 약 10%가 코스트코 가입 회원임. 소형 가구가 증가함에 따라 소포장 제품 취급 비중이 증가하고 있음

17) Euromonitor, 「Hypermarkets in Taiwan」, 2021.03

18) Euromonitor, 「Warehouse Clubs in Taiwan」, 2021.03

<대만 주요 대형유통매장 및 참고형 매장>

(단위: 백만 대만달러, 2020년 기준)

매장명	대형유통 매장			참고형 매장
	Carrefour(家樂福)	RT-MART(大潤發)	A-MART(愛買)	COSTCO
사진				
유통업체	PresiCarre Co Ltd	RT Mart International Ltd	Far Eastern Department Stores Co Ltd	Costco President Taiwan, Inc
설립연도	1989년	1996년	1990년	1997년
매장수	138	21	16	14
매출액	46,926.6	25,278.0	12,792.9	93,280.0
점유율	34.2%	18.4%	9.3%	100%
홈페이지	www.carrefour.com.tw	www.rt-mart.com.tw	www.fe-amart.com.tw	www.costco.com.tw

*출처: Euromonitor, 「Retailing in Taiwan」, 2019.01.23, Euromonitor, 「Warehouse Clubs in Taiwan」, 2021.3 / 해당업체홈페이지

□ 편의점¹⁹⁾²⁰⁾

○ 대만 주요 편의점은 세븐 일레븐(7-ELEVEN), 패밀리 마트(Family Mart), 하이-라이프(Hi-Life), OK편의점(OK Mart)이 있으며 2020년 대만 편의점 매출액은 2,588억 대만달러(한화 약 10조 9,498억 원)로 전년대비2.2% 증가함

○ 대만의 주요 유통채널 ‘편의점’

- 소비자는 연 평균 137회 편의점 방문하며, 1회 평균 지출금액은 84대만달러(3,554원)임
- 매출 기준 상위 5개 품목으로는 담배(29.78%), 간편 식품(18.72%), 음료류(16.94%), 일반 식품(9.21%), 즉석커피 및 음료(8.04%)로 전체 매출의 82.69%를 차지함

○ 최신 동향

- (자체 브랜드 상품 강화) 자체 브랜드 상품을 통해 수익성을 높이고 차별화를 통해 경쟁력을 높일 수 있어 최신 트렌드를 반영한 자체 브랜드 상품 개발에 집중함
 - (패밀리 마트) 친환경 포장 및 클린 라벨 트렌드에 따른 제품 포지셔닝에 전념
 - (세븐일레븐) 매장에서 직접 내린 드립커피 브랜드 ‘시티 카페(City Cafe)’ 로 소비자 방문 유도, 2020년 12월 유명 휘귀 체인 쓰이귀(這一鍋)와 협업한 간편식 시리즈 출시
- (온라인 스토어 운영 확대) 대만의 주요 편의점은 온라인 스토어를 운영하며 배송 서비스와 픽업 서비스를 제공함. 세븐일레븐은 ‘이본마트(Ibon Mart) 온라인 쇼핑몰’, 패밀리마트는 ‘전가행동구(全家行動購) 온라인 쇼핑몰’, 하이라이프(Hi-Life)는 ‘라이프이티(Life-ET) 온라인 쇼핑몰’ 을 운영함

19) Euromonitor, 「Convenience Store in Taiwan」, 2021.03

20) Taiwan News, 「Taiwanese average 137 visits to convenience stores annually, spend NT\$84 per trip」, 2021.07.20

- (복합 편의점) 소비자 유치를 위해 새롭고 혁신적인 경험을 위해 노력함. 2018년부터 기존 편의점과 다른 유형의 상점을 결합한 ‘복합 편의점’ 전략을 활용함
 - (패밀리 마트) 패스트푸드 트렌드에 집중해 콜드체인 시스템에 적극 투자하고 냉동 즉석 식품군을 확대하는 동시에 매장에 편안한 좌석 제공해 식당 역할 수행
 - (세븐일레븐) 베이커리, 제과점, 약국, 카페 결합형 매장으로 타사와 차별화를 꾀함. 이본마트(Ibon Mart) 온라인 스토어를 운영하며 배송서비스와 픽업서비스 제공
- (매장 수 확장보다는 제공 서비스 확대에 집중) 대만 편의점은 포화 상태로 매장 수 확대보다는 매출 증가, 마진 개선 및 새로운 이미지 구축에 중점을 두고 있음. 대만 편의점은 온라인 주문 제품 수령 및 택배 발송, 티켓 구매, 공과금 지불 이외에도 세탁, 다양한 서비스를 한곳에서 이용하도록 제공 서비스를 확대해 나감

<대만 주요 편의점 현황>

(단위 : 백만 대만 달러, %, 2020년 기준)

매장명	7-ELEVEN	FAMILY MART(全家)	HI-LIFE(萊爾富)	OK MART
사진				
유통업체	President Chain Store Corp	Taiwan Family Mart Co Ltd	Hi-Life International Co Ltd	Lai Lai Convenience Stores Co
설립연도	1978년	1988년	1989년	1988년
매장수	5,655	3,606	1,412	820
매출액	149,921.6	80,230.0	20,382.7	8,216.8
점유율	57.9%	31.0%	7.9%	3.2%
홈페이지	www.7-11.com.tw	www.family.com.tw	www.hilife.com.tw	www.okmart.com.tw

* 출처 : Euromonitor, 「Convenience Store in Taiwan」, 2021.02 / 해당업체홈페이지

□ 백화점²¹⁾

- 대만 전역에 총 70개의 크고 작은 백화점이 분포해 있으며, 타이베이를 포함한 북부 지역에 약 60%의 점포가 포진되어 있음
- 백화점의 경우 주 고객이 구매력이 있는 소비계층으로 고가전략 및 신상품 개발에 효과적이나 백화점 자체 식품매장을 보유한 백화점이 극소수에 불과하고 입점비가 높으므로 매장 입점을 통한 마케팅 전개는 쉽지 않음
- 미츠코시(新光三越, Shin Kong Mitsukoshi), 소고(SOGO), 원동(遠東百貨, Far Eastern), 한신거단(漢神巨蛋, Hanshin) 등이 백화점 업계 상위를 차지하고 있음

21) Euromonitor, 「Department Store in Taiwan」, 2021.03

○ 최신 동향

- (케이터링 강화) 전자 상거래 및 기타 소매 채널이 부상함에 따라 쇼핑보다는 외식을 위해 백화점을 방문하는 소비자가 점점 늘고 있음. 소비자의 행동 변화를 고려해 백화점은 새롭고 인기 있는 레스토랑을 유치하여 트래픽 및 매출을 늘리기 위해 노력함
- (관측 행사에 주력) 창립기념일 및 설날 세일 기간은 대만 백화점의 성수기임. 2~4 주간의 세일기간 동안 할인 및 추가 혜택을 제공하여 소비자를 끌어들이. 세일 기간은 1년 중 실적에 있어 매우 중요한 기간으로 극동 백화점에 따르면 창립 기념일 세일 기간 발생한 매출은 1년 전체 매출의 약 30%를 차지함

<대만 주요 백화점 및 특징>

(단위 : 백만 대만 달러, %, 2020년 기준)

매장명	미츠코시 백화점 (Mitsukoshi)	SOGO 백화점 (Pacific Sogo)	원동백화점 (Fe21')	한신거단 (Hanshin)
사진				
유통업체	Shin Kong Mitsukoshi Department Store Co Ltd (Taiwan)	Pacific Sogo Department Store Co Ltd	Far Eastern Department Stores Co Ltd	Hanshin Department Store Co Ltd
설립연도	1991년	1988년	1967년	2008년
점유율	39.0%	16.5%	11.7%	2.8%
매출액	95,362.5	40,365.1	28,632.0	6,858.2
매장수	12개	8개	11개	2개
홈페이지	www.skm.com.tw	www.sogo.com.tw	www.feds.com.tw	www.hanshin.com.tw

*출처 : Euromonitor, 「Department Store in Taiwan」, 2021.03 / 해당업체 홈페이지

(2) 온라인 유통채널

□ 전자 상거래²²⁾²³⁾²⁴⁾

○ 코로나19로 소비자의 소비 습관 변화 및 냉동 물류의 발달

- 코로나19로 비대면이 생활화되면서 신선 및 냉장·냉동식품이 전자 상거래의 새로운 다크호스로 떠오름. 물류 및 전자 상거래 업계의 콜드체인 시스템 구축을 위한 적극적인 투자로 냉장 및 냉동 물류는 빠르게 발달하고 있으며, 소비자 수요 증가로 전자 상거래 플랫폼에서 판매되는 신선 식품은 더욱 다양화 되고 있음

22) Euromonitor, 「Food and Drink E-Commerce in Taiwan」, 2021.03

23) Euromonitor, 「Mobile E-Commerce in Taiwan」, 2021.03

24) 食力, 「宅在家」時勢推升網購買氣! 4成民眾養成每月固定購買習慣」, 2020.12.02

○ 모바일 전자 상거래 급성장

- 유로모니터에 따르면 2020년 대만 모바일 전자 상거래(mobile e-commerce) 시장 규모는 전년 대비 20.9% 증가한 약 3,243억 대만달러(한화 약 13조 7,665억 원)이며, 2024년까지 매년 11%의 성장률을 보이며 약 5,469억 대만달러(한화 약 23조 2,159억 원) 규모의 시장으로 성장할 것으로 전망함
- 까르푸, RT마트, 패밀리마트, 세븐일레븐 등의 소매 체인점은 자체 앱(app)을 출시하여 결제 및 배송, 적립 등 기타 서비스를 제공하여 모바일 전자 사용을 장려함
- PX마트는 자체 모바일 결제 수단인 PX페이(PX pay)를 출시하고, 라인 쇼핑(Line Shohpping)은 쇼핑, 가격 비교, 가격이 떨어질 때 알림 제공 등 소비자가 최적 가격에 구매할 수 있는 기능을 강화한 앱을 출시하는 등 유통업계에서는 모바일 전자 상거래 시장에 적극 투자함

○ 배송 과정 중의 부패 가능성은 신선 식품 판매 제한 요소

- 식음료 전자 상거래의 가장 큰 과제는 배송이 완료될 때 까지 최상의 품질을 유지하는 것 임. 따라서 소비자는 배송과정이 품질에 영향을 미치지 않는 상온 보관제품에 대한 선호도가 높음. 신선식품은 잠재력이 높지만 현재까지는 품질이 표준화된 스낵 및 음료제품이 인기가 높음
- 2020년 11월 식력에서 대만 소비자 909명 대상으로 「온라인 쇼핑물 구매 패턴 조사」 결과 소비자들이 온라인에서 가장 많이 구매하는 품목은 생활용품이 67.6%로 1위를 차지했으며, 2위 식료품(50%), 3위 의류(46.4%)로 나타남
- 소비자가 온라인에서 구입하는 식료품은 과자·스낵류가 52.8%로 가장 많았으며, 음료류(29.5%), 냉동식품(24.4%), 면류(22.8%), 건강식품(22.8%), 간편 식품(22.1%) 순으로 유통 기한이 길고 상온보관이 가능한 제품이 인기가 높았으며, 신선 식품은 20.3%를 차지함

○ 최신 동향²⁵⁾²⁶⁾

- 신선 식품 강화에 집중하는 온라인 쇼핑몰

- 신선 식품이 매출에서 차지하는 비중은 높지 않지만 성장 잠재력이 높아 온라인 업체는 신선 식품 카테고리에 적극 투자하고 있음
- **(모모샵)** 2021년 5~6월 코로나19 확산세가 심화되자 1일 평균 신선식품 매출은 1월 대비 1.5배 증가함. 온라인 신선식품 시장의 잠재력을 높이 판단해 ‘온라인 신선 식품 1위 업체’를 목표로 ‘최다 품목, 최다 브랜드 보유, 최고 품질’을 앞세워 신선식품 카테고리 강화에 집중함. 2021년 7월 기준 600여개 주요 신선 식품

25) 財經, 「momo 8 月營收 72 億元、年增 3成, 4大節慶挹注業績穩定成長」, 2021.09.11

26) MoneyDJ理財網, 「《DJ在線》抓住你的胃, 電商增黏著度有志一同」, 2021.07.20





브랜드의 약 3만개 제품이 판매되고 있으며, 고급 육류, 최고급 해산물, 신선 우유 및 계란, 채소 및 과일 등 품목의 다양화에 주력하고 있음

- (PChome) 2021년 6월 신선 과일 및 채소 상자 주문이 10배 이상 급증함. 홈 쿠팡 트렌드에 따라 채소, 과일, 육류, 해산물 등 신선식품을 원스톱으로 쇼핑할 수 있는 ‘피씨홈 프레스시 푸드존(PCHome生鮮專區)’을 7월에 정식으로 출범함

- (모모샵) 급증하는 수요에 대응하기 위해 대만 중서부에 3번째 자동화 물류센터 투자
2021년 8월 전년 동월 대비 31.7% 증가한 월매출 72억 대만달러를 기록함. 8월 아버지 날(父親節), 중국의 발렌타인 데이(七夕情人節), 도쿄 올림픽 및 다가오는 중추절(中元節)이 매출 성장 동력으로 작용함. 급증하는 수요에 대응하고자 북부 물류센터, 남부 물류센터에 이어 대만 중서부에 위치한 장화현(彰化縣)에 3번째 자동화 물류센터 건설에 13.2억 대만달러 투자 계획을 발표함

<주요 온라인쇼핑몰 유통채널 현황>

(단위 : 백만 대만달러, %, 2020년 기준)

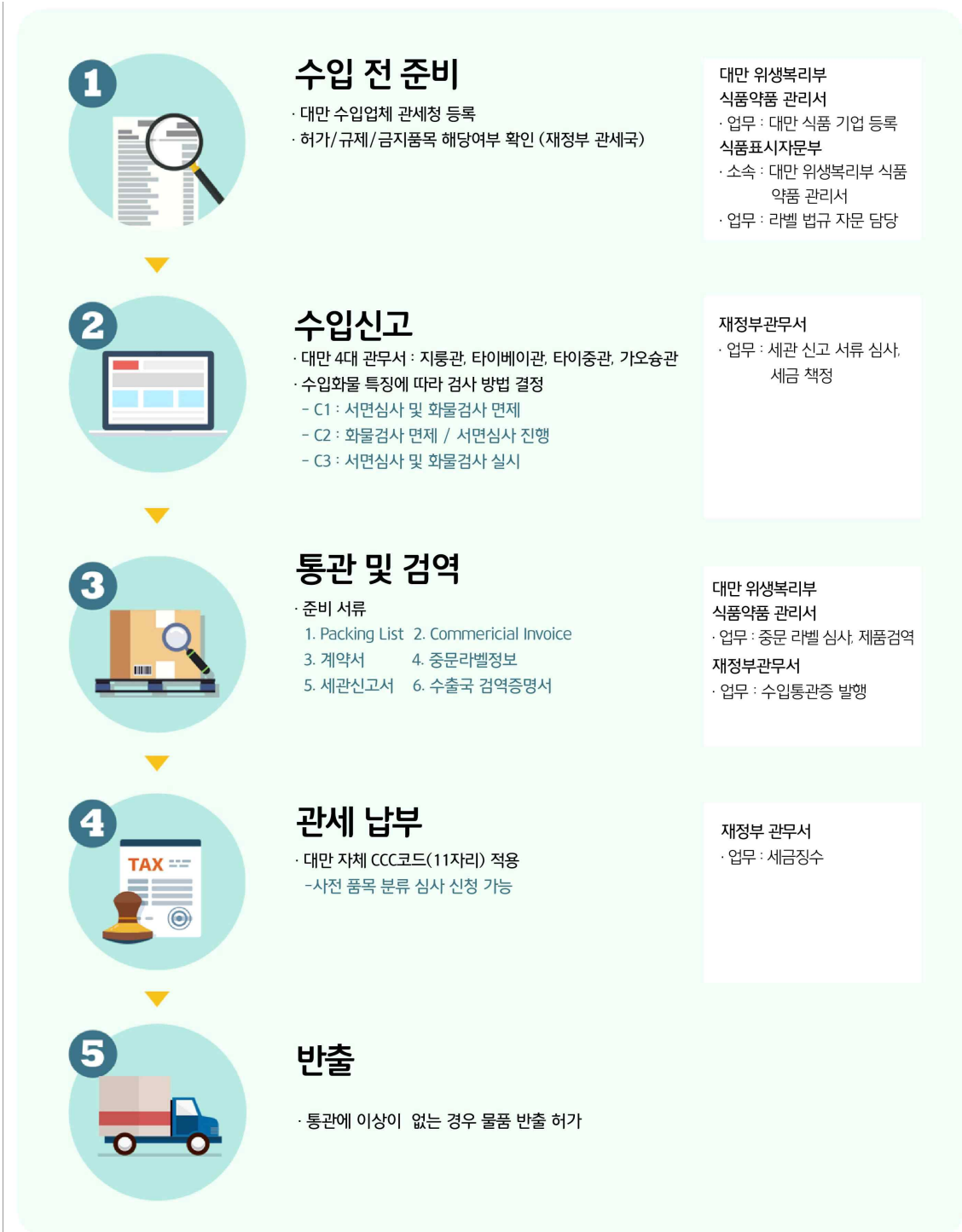
	Momo Shop (Fubon Group)	Shopee Mall (Sea Ltd)	Yahoo! Buy (Yahoo! Inc)	PC Home 24h (PC Home Online)
온라인몰	www.momoshop.com.tw	shopee.tw	tw.buy.yahoo.com	24h.pchome.com.tw
사진				
설립연도	2002년	2015년	2015년	2000년
업체명	Fubon Multimedia Technology Co Ltd	Sea Ltd	Yahoo Taiwan Holding Ltd	PC Home Online
매출액	61,526.0	48,925.8	36,647.6	22,931.3
특징	<ul style="list-style-type: none"> · TV 홈쇼핑을 기반으로 성장한 플랫폼으로 여성 소비자 비율이 70% 임 · 홈쇼핑 노하우를 바탕으로 2019년 3월부터 인터넷 라이브 방송서비스 시작 	<ul style="list-style-type: none"> · C2C 플랫폼으로 진출한 업계후발 주자이나 진출 초기 배송료 판매 수수료 무료 등 파격적인 가격 전략으로 급성장함 · 2017년 B2B, 2018년 B2C 시장 진출 	<ul style="list-style-type: none"> · 업계 최초로 선보였던 이미지 검색 쇼핑 기능을 강화하고 답러닝기반 맞춤형 상품 추천 서비스 지원 	<ul style="list-style-type: none"> · 전자제품 소식지 사업으로 시작하여 포털사이트, 온 라인 쇼핑으로 확장 발전함 · 전자제품 전문 이미지가 강한편으로 남성 소비자 비율이 60%에 달함

* 출처 : Euromonitor, 「Food and Drink E-Commerce in Taiwan」, 2021.03/ 해당 홈페이지

IV. 농식품 수출 프로세스

1. 수출 프로세스

(1) 기본 수출 프로세스



(2) 대표 품목별 주요 수출 프로세스

□ 일반 가공식품

○ 육류, 수산물, 유제품 수입식품 사전심사 제도를 시행

- 대만은 2019년 식품위생관리법(食品衛生管理法) 제35조 제2항의 수입계통성 심사 실시 방법을 기반으로 수입식품 사전심사 제도를 시행하고 있으며 대상 품목은 육류, 수산물, 유제품임. 이외의 일반 식품의 경우 별도의 사전심사가 필요하지 않으나, 대만은 육류 검역이 엄격하기 때문에 만약 육류가 포함되어 있다면 수입 전 사전 심사를 거치는 것이 권장됨

○ 품목분류 사전 심사 제도를 통해 정확한 ‘품목분류 사전 확인 필요’

- 수출 식품의 품목 분류가 애매하거나 어려울 경우를 대비하여 대만 세관에서는 사전품목분류 심사 제도를 운영하고 있음. 사전품목분류 심사는 지룽항, 타이베이항, 타이중, 가오슝항의 접수창구를 이용하여 신청이 가능하며 신청서는 대만 재정부 관세청(CA, MOF)의 항구 무역 세관(CPT, Customs Port Trade) 웹사이트를 통하여 발급 가능

○ 가공 식품 수입 시 식품 수입 허가증 발급 필수

- 대만으로 일반가공식품 수출 시, 대만 보건복지부(MOH)의 식품 및 관련 제품 수입 검사규정에 따라 수입검사를 신청해야 함. 해당 검역을 담당하는 대만 보건복지부의 식품 의약품관리서는 검역이 통과되면 식품 수입허가증을 발급하고 현장 검역 결과에 따라서 수입물품을 처리함



□ 신선 농산물

○ 신선농산물 수입검역조건 확인 필요

- 대만은 대만 행정원 농업위원회(COA)의 「식물방역검역법(植物防疫檢疫法)」 제14조에 따라 신선농산물 수입 시 수출국 검역기관, 농림축산검역본부에서 병충해 검역을 받도록 함. 대만은 금지 병충해 56종을 지정하여 해당 병해충의 기주식물 수입을 전면 금지하고 있으며 수입이 허용된 식물의 경우에도 해당 병충해의 무감염을 증명해야 함

○ 신선농산물 식물검역증명서 ‘발급 필수’

- 농림축산검역본부에서 식물위생증명서(PC, Phytosanitary Certificate)를 발급받기 위해서는 검역 당국에 검사신청서를 제출해야 함. 이후 재배지검사가 이루어지며 추후 수출검사에서 병충해 검역을 실시하여 수입국의 요구조건에 적합할 시 증명서가 발급됨. 그러나 대만으로 물품 도착 후, 현지에서 다시 한 번 병충해 검역을 진행하는데, 이때 금지 병충해의 검출 시에는 소독 처리되거나 폐기 또는 반송될 수 있음

○ 원산지 증명서 준비 필요

- 원산지 증명서 제출 시, 대만으로 직접 운송하는 제품의 최종 수출국을 명기해야 함. 제3국 경유 시 화물 운송 기간 내 상품의 적재, 가공 및 기타 모든 작업은 불허됨. 화물 포장의 원산지 표기가 선적서류 내용과 일치하지 않으면 기타 원산지증명 자료를 추가로 제출해야 함. 신선농산물의 경우 대만 행정원 농업위원회(COA)에서 관할하고 있으며 수입신고 시 일반적인 통관 서류를 포함하여 포장명세서, 가격 신고서 2부, 카탈로그 또는 매뉴얼 등의 서류가 필요함

○ 신선농산물, 심사 결과 및 정해진 규정에 따라 서류 및 물품 검사 실시

- 대만으로 신선 농산물 수출 시, 수출국에서 발행한 검역증명서를 첨부하여 검역신청을 해야 함. 해당 검역증명서를 바탕으로 서류 심사를 거쳐 ①특별검역 조건이 없는 제품, ②검역 조건이 있는 제품, ③격리 검역 필요제품, ④수입금지제품 등 총 4가지로 분류되어 검역이 진행됨

○ 신선농산물 농약 잔류허용량 규제

- 대만 보건복지부(MOH)는 「식품안전 및 위생에 관한 법률(食品安全衛生管理法)」, 제 15조 2항의 의거하여 농약잔류허용량기준(農藥殘留容許量標準)을 규제함. 해산물·수산물을 제외한 식품은 해당 기준치에 부합해야 함

2. 수입 제도

(1) 통관제도

□ 관리 · 법률체계

- 통관 업무 담당 기관은 재정부(財政部, Ministry of Finance, R.O.C)이며, 관무서(關務署, Customs of Administration)에서 관세 제도를 담당하고 있음
 - 관무서는 수입품 관세 부과, 통관 관리, 밀수 및 부정수출입 단속, 보세구역 관리, 무역통계 등 업무 담당으로 타이베이(台北) · 지룽(基隆) · 타이중(台中) · 가오슝(高雄) 등 4개의 세관을 관리하며, 각 세관 산하 10개 분국(分局) · 지국(支局)으로 나뉘어 업무 담당
- 법률체계는 관세법(關稅法)을 따르며, 관세법은 1967년 8월 8일 58개 조항을 시작으로 현재 103개 조항을 시행하고 있으며, 최근 2018년 5월 9일 개정. 총 7장으로 구성

□ 통관절차

- 수입통관을 위해 대만 관세청의 통관 절차를 준수해야 함
 - (사전준비) 수입자는 사전에 기업정보를 대만 관세청에 등록해야 하며, 수입 물품이 재정부 관세국에서 규정하는 허가/규제/금지 품목에 해당하는지 사전에 확인해야 함
 - (수입신고) 세관 및 관련 기관의 수출입 업무 전반은 자동화 시스템으로 운영되며, 수입신고의 경우 대만 수입 업체 및 관세사가 할 수 있으나 수하인이 수입허가증이 없으면 통관이 불가능함
 - (관할 세관 심사 처 서류 심사 실시) 관할 세관은 서류 제출 충족 여부와 자료의 무결성 여부, 수입신고 물품의 수입금지, 제한품목 확인 등을 심사함
 - 신청인이 통관 시스템에 등록한 후 세관 시스템에 접수하고 대만 자동 선별시스템에 수입화물 분류 제품의 특징에 따라 검역 방법을 지정함
 - C1 서면 심사 면제 및 화물 검역 면제, C2 화물 검역 면제/서면 심사 대상, C3 서면 심사 및 화물 검역 대상으로 분류됨

<세관항구무역원스톱창구(關港貿單一窗口, CPT SINGLE WINDOW)>

- 홈페이지 : <https://portal.sw.nat.gov.tw/PPL/eng>
- 2013년 9월부터 대만 재정부·교통부·경제부 등 자체 시스템을 통합한 통관인터넷 접속 및 단일 창구를 마련, 관련 업무 처리 시에 보다 빠른 서비스를 제공
- 대만 각종 무역 심사·통관·항구신청업무를 통합, 각종 업무 및 통계자료 취득 가능
- (제공 서비스) 온라인 통관신청, 세금 납부, 통합 로그인(인증서사용), 온라인 세관신청, 온라인 세관신청 위탁, 온라인 신고서 사본발급, 도서지방 면세점, 컨테이너 자료 온라인 검열조사, 우수기업(AEO) 신청 데스크, 위탁가공화물 원재료 명세, 화물 리스크 관리 시스템
- 재정부의 통관 전용 사이트에 연결하여 INVOICE·B/L(D/O) 또는 기타 관련 자료를 세관 대만 규정 방식에 따라 입력 후 전송하면 해당 수입품의 수입방식이 선별됨
- 수입납세통지서, 서면 및 자료수정 요청통지, 반출허가 통지 등 요청 및 통관 진행 상황을 검색가능
- 업체는 통합 인증서가 발급되면 인터넷상에서 자체적으로 통관 신청을 할 수 있음

□ 통관 시 제출 서류

- 인보이스(Commercial Invoice) : 수취인 명칭, 주소, 화물 명칭, 브랜드, 수량, 품질, 규격, 형태, 시리얼넘버, 단가, 운송비, 보험비, 기타 추가요금, 수출입 감세 항목 등 명시
- 패킹 리스트(Packing list, P/L) : 벌크 및 단일 물품의 박스 포장일 경우 제출 생략
- 화물인도지시서(Delivery Order, D/O) · 항공화물운송장(Air waybill, AWB)
 - 서면 신고자는 수입 신고 시 D/O 또는 AWB를 세관에 제출해야함
 - 통관 전자시스템 신고자는 운송업체에서 자동적으로 제공하므로 제출 생략함
- 위임서 : 서면 상 통관 대리인과 납세의무인 공동 성명
- 제품 카달로그 · 설명서 · 검역 샘플
- 원산지증명서(Certificate of Origin, C/O)

□ 관세 제도

- 관리 · 법률 체계
 - 관세제도 관리 기관 : 재정부 관무서(關務署)
 - 관세관련 관리 법률 : 세관수입세칙(海關進口稅則)
- 관세기준
 - 수입품 품목분류
 - 대만은 자체적으로 숫자 11자리의 CCC코드를 이용하며, 앞 6자리는 HS코드와 동일
 - 관세기준 ※ 한국 수입품은 제1란 관세율 적용
 - 제1란(Column I) 세율은 세계무역 조직위원 또는 대만 우혜국의 수입품
 - 제2란(Column II) 세율은 특정 저개발 국가 및 개발도상국가 또는 대만과 자유 무역 협정을 체결한 국가의 수입품
 - 제3란(Column III)은 제1란 · 제2란에 해당하지 않는 국가의 수입품

<대만 관무서 관세율 조회 방법>

대만 관무서 관세율 조회 시스템에서 관세율 조회가능

- ① 관무서 일원화 서비스 시스템 「CPT SINGLE WINDOW」 접속 - <http://portal.sw.nat.gov.tw>
- ② 「Online Information Qureies」 → 「(GC451) Tariff Database Search System」 순으로 이동
- ③ 'Tariff No.'란에 HS코드 4자리 또는 6자리를 입력하거나 'Description'란에 품목명(영문 또는 중문)을 입력해 'Query' 버튼을 누르면 관세율 확인 ※ 한국 수입품은 제1란(Column I) 과세율 적용

(2) 검역제도

□ 관리·법률 체계

- 「식품안전위생관리법」 및 「수입식품 및 관련제품 검사방법(食品及相關產品輸入查驗辦法)」에 의거 식품약품관리서에 검사 신청
- 식품안전위생관리법에 따라 중앙위생기관에 의해 식품, 식품첨가제, 식품조리기구, 식품용기, 식품포장재, 식품용 세정제 등을 수입식품 검사대상으로 지정

□ 검사절차

- (검사신청) 검사 신청인 또는 대리인은 입국일 15일 전에 입국항에 있는 검사 기관에 검사 신청서를 제출해야 함
- (검사방식) 수입식품 및 관련제품 검험방법(食品及相關產品輸入查驗辦法)에 근거하여 진행
 - 검사 기관은 다음과 같은 검사방법으로 제품 검사를 진행할 수 있음
 - (배치(batch)별 검사) 전체 화물의 현장 검증 및 샘플 추출 분석
 - (표본 추출 검사) 검사 대상을 검사 속도에 따라 무작위로 선택하고 현장 검증 및 샘플 분석 검사
 - (배치(batch)별 확인) 전체 화물의 현장 검사
 - (증명서 검사) 대만의 보건 및 안전 관할 당국과 수출국사이 협약 또는 협정이 체결된 사업 분야의 경우 증명서 검사
 - (검사 감독) 특정 상품의 경우 현장 검증 및 샘플 추출 분석을 통해 검사함
 - 표본 추출 검사 시 검사 받지 않은 제품의 경우 현장 검사 및 샘플 추출 분석 등 추가 검사가 있을 수 있음

<수입검역 절차>

단계	내 용		비 고
검사·검역 신청	수입검역 신청/접수	· Trade van 홈페이지 접수 · 국제 무역사이트 접수 · Stand alone기기 통해 접수	
수입검사 진행	샘플채취 현장검증 서류심사	표본 추출 검사(검역 검사실시) 외관 및 라벨링 검사 신청서 및 세관신고자료 대조	[불합격시] 개선 신청 후 재수입검사 가능
수입허가	수입허가 증명서 발부		[개선 후 불합격시] 책임보증서 제출 후 수입허가증 발부

□ 검역 시 제출서류

- 검사 신청서 (검사신청의무인은 식품약품관리서가 지정한 전자방식으로 신청)
- 제품 정보 신고서
- 수입 신고서 사본
- 기타 중앙위생당국이 요청한 서류

□ 검역 타결 품목

- 곡물류는 쌀, 보리, 밀, 수수, 콩, 팥, 녹두, 옥수수 등이 검역 타결 품목으로 지정되어 대만으로 수출이 가능함
- 과실류는 감, 단감, 포도, 감귤, 유자, 밤, 사과, 배, 복숭아, 키위가 검역 타결 품목에 해당되며, 조건부로 허용되는 수출 검역 조건이 존재함
 - 대만 측의 금지 병해충인 Satsuma dwarf virus와 관련하여 감귤 품목은 과실에 생경엽 및 줄기가 부착되어 있어서는 안 됨
 - 배 품목은 수출 농가 등록, 봉지씌우기 재배(과실의 직경이 2.5cm 이하까지 완료), 복숭아 심식나방 방제 및 방제 사항 기록, 선과장 등록, 대만 검역관의 수출과수원 및 선과장 현지 조사, 수출검사 등을 거쳐야만 함
 - 사과·복숭아 품목은 수출 농가 등록, 6~10월까지 2주 간격으로 복숭아심식나방 예찰 및 방제, 예찰 및 방제 사항 기록, 재배지 검사, 선과장 등록, 대만 검역관의 수출과수원 및 선과장 현지 조사, 수출검사 등을 거쳐야만 수출이 가능함
 - 과실류는 수출 가능 품목이라고 하더라도 휴대 수출은 불가하며, 우편/특송 화물로는 수출이 가능함
- 채소류는 무, 당근, 배추, 양배추, 고추, 파프리카, 피망, 브로콜리, 오이, 호박, 수박, 참외, 멜론, 토마토, 가지, 파, 양파, 상추 등이 검역 타결 품목에 해당됨
 - 채소류도 수출 가능 품목이라고 하더라도 휴대 수출은 불가하며, 우편/특송 화물로는 수출이 가능함
 - 파프리카의 경우 감자뽕나방, 꽃노랑총채벌레, 뿌리응애 등 3종 병해충에 감염되지 않았음을 증명하여야 함
- 특작류는 인삼(수삼 포함), 건인삼이 검역 타결 품목으로 지정됨
 - 수삼은 6kg까지 휴대 허용 가능하며, 검역증을 필수적으로 첨부해야 함
 - 건인삼도 6kg까지 휴대 허용 가능하며, 검역증은 불필요함
- 화훼류는 철쭉속, 선인장, 장미, 카네이션, 심비디움, 난초, 국화, 튜립, 글라디올러스, 백합 등이 수출 가능 품목으로 지정됨

(3) 대표 품목별 라벨링²⁷⁾

□ 라벨링 규정

○ 표기 기준

- (언어) 보고 읽기 쉬운 중국어(번체자) 및 일반적인 기호로 표기. 단, 외국에서 수입하는 포장 식품의 제조자명 및 주소는 외국어로 표기 가능
- (글자 크기 및 너비) 원산지는 0.6cm 이상, 제품명·제조사명·유통기한·기타 표기 내용 0.2cm 이상. 벌크식품(bulk food)의 경우 제품명·원산지는 1cm 이상
- (표시 순서) 2종 이상 식품이 혼합된 식품은 함유 비율에 따라 내림차순으로 표기

○ 기본 표시사항

- (제품명) 식품 원료성분·원료품종·식용부위·생산지·속어 등을 이용해 표기
- (성분 및 중량·용량·수량·내용량) 제품의 특성에 따라 식품의 중량·용량·수량을 표기. 내용물이 2종 이상일 경우 함량이 높은 것부터 낮은 순으로 작성
- (원산지(국)) 수입제품 원산지 인정기준(進口貨物原產地認定標準)에 따라 제조·가공·배합 등 방식으로 완제품을 제조한 국가·지역을 작성, 2개 국가 이상의 제품을 혼합해 포장했을 경우 제품의 함량이 많은 국가명 순으로 명기
- (유효기간) 용기나 포장 상단에 인쇄. 작성방법은 년·월·일을 포함해 자유롭게 작성. 액체 상태의 유제품은 보존기간과 보존조건을 모두 표기해야 함. 수입제품의 경우 대만의 민국(民國)표기 표기와 양력을 구분해 표기
- (제조사명·주소·연락처 및 수입사정보) 제조·가공·분류·위탁판매를 최종으로 담당할 기업을 의미하며 수입 신고 시 세관에 신고한 내용(제조업자·수입사 등) 및 서류를 바탕으로 명확히 명기. 수입식품의 경우 대만 내 수입 위탁기업의 정보를 명기해야 함. 기입해야 하는 정보는 기업명·전화번호·주소
- (영양 표기) 식품의 영양표기는 반드시 포장 외부 눈에 잘 띄는 곳 명기. 반드시 중문(번체자)으로 표기해야 하며 예시와 배열순서도 동일해야 함. 명기 항목은 ‘영양표기(營養標示)’ 문구, 열량, 단백질·지방·포화지방(또는 포화지방산)·트랜스지방(또는 트랜스지방산)·탄수화물·당·나트륨·기타 영양소 함량, 업자가 표기하기 원하는 기타 영양소 함량 등을 포함

27) Laws & Regulations Database of The Republic of China, 「Regulations for Food Labeling」, 2014.12.10

<대만 영양 라벨링 표기 예시>

영 양 표 기			영 양 표 기		
매 1인분량 본 포장	Og(또는ml) O인분 포장		매 1인분량 본 포장	Og(또는ml) O인분 포장	
	매분량	매 100g/ml 당		매분량	일일섭취량비율
열량	Kcal	Kcal	열량	Kcal	%
단백질	g	g	단백질	g	%
지방	g	g	지방	g	%
포화지방	g	g	포화지방	g	%
불포화지방	g	g	불포화지방	g	*
탄수화물	g	g	탄수화물	g	%
당	g	g	당	g	*
나트륨	mg	mg	나트륨	mg	%
권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *	권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *
권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *	권장 영양소 함량	g, mg, ug	% 혹은 *

營養標示			營養標示		
每一份量 本包裝含	公克(或毫升) 份		每一份量 本包裝含	公克(或毫升) 份	
	每份	每100公克 (每100毫升)		每份	每日參考值 百分比
熱量	大卡	大卡	熱量	大卡	%
蛋白質	公克	公克	蛋白質	公克	%
脂肪	公克	公克	脂肪	公克	%
飽和脂肪	公克	公克	飽和脂肪(酸)	公克	%
反式脂肪	公克	公克	反式脂肪(酸)	公克	*
碳水化合物	公克	公克	碳水化合物	公克	%
糖	公克	公克	糖	公克	*
鈉	毫克	毫克	鈉	毫克	%
宣稱之營養素含量			宣稱之營養素含量		
其他營養素含量			其他營養素含量		

구 분	필수 / 선택	샘 플 사 진																																							
제품명	필수	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 45%;"> <p>제품명 品名 芭樂汁</p> <p>성분 成分 水、濃縮芭樂果汁、鹽、糖、品質改良劑(氯化鈣、氫氧化鈣)、甜味劑(D-山梨醇)</p> <p>식품 용량 및 수량 淨重 100公克</p> <p>제조업체명 製造廠商 OO企業公司</p> <p>주소 地址 台灣O市OO工業區O路O號</p> <p>연락처 電話號碼 0800-777888</p> <p>수입업체명 負責廠商 OO企業公司</p> <p>주소 地址 台灣O市OO路O號</p> <p>연락처 電話號碼 0800-555333</p> <p>주의사항 注意事項 拆封後請立即食用</p> <p>원산지 原產地 台灣</p> <p>유통기한 有效日期 103.01.01</p> </div> <div style="width: 45%;"> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; font-size: small;"> <thead> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">營養標示</th> </tr> <tr> <td style="width: 33%;">每一份量 本包裝含</td> <td style="width: 33%;">公克(或毫升) 份</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">每份</td> <td style="text-align: center;">每100公克 (每100毫升)</td> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>熱量</td> <td style="text-align: center;">大卡</td> <td style="text-align: center;">大卡</td> </tr> <tr> <td>蛋白質</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>脂肪</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>飽和脂肪</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>反式脂肪</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>糖</td> <td style="text-align: center;">公克</td> <td style="text-align: center;">公克</td> </tr> <tr> <td>鈉</td> <td style="text-align: center;">毫克</td> <td style="text-align: center;">毫克</td> </tr> <tr> <td>宣稱之營養素含量</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>其他營養素含量</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> </div> </div>	營養標示			每一份量 本包裝含	公克(或毫升) 份			每份	每100公克 (每100毫升)	熱量	大卡	大卡	蛋白質	公克	公克	脂肪	公克	公克	飽和脂肪	公克	公克	反式脂肪	公克	公克	碳水化合物	公克	公克	糖	公克	公克	鈉	毫克	毫克	宣稱之營養素含量			其他營養素含量		
營養標示																																									
每一份量 本包裝含	公克(或毫升) 份																																								
	每份		每100公克 (每100毫升)																																						
熱量	大卡		大卡																																						
蛋白質	公克		公克																																						
脂肪	公克		公克																																						
飽和脂肪	公克		公克																																						
反式脂肪	公克		公克																																						
碳水化合物	公克	公克																																							
糖	公克	公克																																							
鈉	毫克	毫克																																							
宣稱之營養素含量																																									
其他營養素含量																																									
성분	필수																																								
식품용량 및 수량	필수																																								
제조 또는 수입업체명, 연락처, 주소	필수																																								
원산지	필수																																								
유통기한	필수																																								
보관 조건	액체 식품 필수																																								
영양 라벨링	필수																																								
유전자 변형 성분	필수																																								

□ 주요 품목별 표기 사항 예시

○ 냉장 식품

표기항목	표기내용																																	
품명	正品 韓式年糕 / 정품 한식 떡																																	
성분	白米, 小麥澱粉, 磷酸二澱粉, 水, 食鹽, 葵花油 / 쌀, 밀가루전분, 디스타치포스페이트, 물, 소금, 해바라기유																																	
중량	300公克/ 300g																																	
유효기간	標示封口處(年/月/日) / 밀폐 부분(封口處)에 표기(년/월/일)																																	
보존기간	冷藏5℃以下可保存90天(未開封且包裝完整) / 5℃ 이하 보관 시 90일 가능(미 개봉 시)																																	
원산지	臺灣/ 대만																																	
제조업체	源廣興食品有限公司 地址/주소: 台北縣深坑鄉北深路一段112號5弄10號 製造商電話/제조업체 전화번호: (02)2663-3498																																	
주의 경고문	年糕內附脫氧氣劑請勿食用如不慎誤食請飲用大量清水並立刻就醫, 年長者及兒童建議由成人陪同進食, 5歲以下嬰兒請勿食用, 本產品含有對特殊過敏體質者致過敏性小麥/ 제품 내 탈산제는 먹지 말 것, 실수로 먹은 경우 물을 충분히 마시고 즉시 병원에 갈 것. 노령자 및 어린이 섭취 시 어른이 곁에 있어야 함. 5세 이하 영유아 섭취 부적절 함. 본 제품은 알레르기 유발 성분인 소맥을 함유함																																	
영양표시	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">營養標示/영양표시</th> </tr> <tr> <th>每份量100公克/매 1분량100g</th> <th colspan="2">本包裝含3份 本 포장은 3분량</th> </tr> <tr> <th></th> <th>每份/매 분량</th> <th>每 100公克/매 100g</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>熱量/열량</td> <td>215.8大卡/215.8kcal</td> <td>215.8大卡/215.8kcal</td> </tr> <tr> <td>蛋白質/단백질</td> <td>3.9公克/3.9g</td> <td>3.9公克/3.9g</td> </tr> <tr> <td>脂肪/지방</td> <td>0.6公克/0.6g</td> <td>0.6公克/0.6g</td> </tr> <tr> <td>飽和脂肪/포화지방</td> <td>0.2公克/0.2g</td> <td>0.2公克/0.2g</td> </tr> <tr> <td>反式脂肪/트랜스지방</td> <td>0公克/0g</td> <td>0公克/0g</td> </tr> <tr> <td>碳水化合物/탄수화물</td> <td>48.7公克/48.7g</td> <td>48.7公克/48.7g</td> </tr> <tr> <td>糖/당</td> <td>0公克/0g</td> <td>0公克/0g</td> </tr> <tr> <td>鈉/나트륨</td> <td>77毫克/77mg</td> <td>77毫克/77mg</td> </tr> </tbody> </table>	營養標示/영양표시			每份量100公克/매 1분량100g	本包裝含3份 本 포장은 3분량			每份/매 분량	每 100公克/매 100g	熱量/열량	215.8大卡/215.8kcal	215.8大卡/215.8kcal	蛋白質/단백질	3.9公克/3.9g	3.9公克/3.9g	脂肪/지방	0.6公克/0.6g	0.6公克/0.6g	飽和脂肪/포화지방	0.2公克/0.2g	0.2公克/0.2g	反式脂肪/트랜스지방	0公克/0g	0公克/0g	碳水化合物/탄수화물	48.7公克/48.7g	48.7公克/48.7g	糖/당	0公克/0g	0公克/0g	鈉/나트륨	77毫克/77mg	77毫克/77mg
營養標示/영양표시																																		
每份量100公克/매 1분량100g	本包裝含3份 本 포장은 3분량																																	
	每份/매 분량	每 100公克/매 100g																																
熱量/열량	215.8大卡/215.8kcal	215.8大卡/215.8kcal																																
蛋白質/단백질	3.9公克/3.9g	3.9公克/3.9g																																
脂肪/지방	0.6公克/0.6g	0.6公克/0.6g																																
飽和脂肪/포화지방	0.2公克/0.2g	0.2公克/0.2g																																
反式脂肪/트랜스지방	0公克/0g	0公克/0g																																
碳水化合物/탄수화물	48.7公克/48.7g	48.7公克/48.7g																																
糖/당	0公克/0g	0公克/0g																																
鈉/나트륨	77毫克/77mg	77毫克/77mg																																

라벨링 사진



○ 건강식품

표기항목	표기내용
품명	天地 含鐵四物飲 / 철분함유 사물(四物)음료
성분	四物萃取液(水, 當歸, 川芎, 熟地, 白芍), 蘋果汁, 冰糖, 青木瓜汁, 紅棗, 桂圓, 膠原蛋白, 枸杞, 黑棗, 洛神花, 玉米糖膠, 甘草, 淮山, 葛根, 桂枝, 香料, 檸檬酸亞鐵鈉, 玫瑰果萃取液, 維生素C / 사물추출액(물, 당귀, 천궁, 숙지, 백약), 사과즙, 빙당, 파파야 즙, 홍대주, 용안, 콜라겐, 구기자, 고욤, 히비스커스꽃, 옥수수 당, 감초, 참마, 칩뿌리, 계피, 향신신료, 구연산제일철나트륨, 장미 추출물, 비타민C
식품 규격	(120毫升/瓶)*12瓶 / (12ml/병)*12병
보존기한	2年/2년
제조일자	詳見外包裝 / 외부 포장을 참조
보관방법	請置於陰涼乾燥處(避免置於潮濕, 高溫或曝曬等場所) 서늘하고 건조한 장소에 보관(습기, 고온 또는 햇빛에 노출되지 않는 장소)
제조사	佳格食品股份有限公司 / 케이커식품주식유한회사
주소	桃園市大園區和平西路一段369號
소비자 상담 번호	0800-006600
홈페이지	www.quaker.com.tw
주의사항	保健功效之相關成分含量每120毫升含亞鐵3.9~6.5毫克 건강 관련 성분 함량 120g당 3.9~6.5mg의 철분이 함유되어 있음
건강식품 등록번호	衛署健食字第A00197號 / 위생건강식품 제A00197호
경고	孕婦或接受醫師治療者, 請與醫師商討後再食用. 若正值月經期請暫停食用 임신 또는 병원 치료 중인 경우 복용하기 전에 의사와 상담하십시오. 월경 중인 경우 섭취를 중단 하십시오.

영양정보	營養標示/영양표시		
	每一份量120毫升/매 분량120ml	本包裝含12份	本 포장은 12분량
	每份/매 분량	每 100毫升/매 100ml	
熱量/열량	64.8大卡/64.8kcal	54大卡/54kcal	
蛋白質/단백질	1.4公克/1.4g	1.2公克/1.2g	
脂肪/지방	0公克/0g	0公克/0g	
飽和脂肪/포화지방	0公克/0g	0公克/0g	
反式脂肪/트랜스지방	0公克/0g	0公克/0g	
碳水化合物/탄수화물	14.8公克/14.8g	12.3公克/12.3g	
糖/당	12.7公克/12.7g	10.6公克/10.6g	
鈉/나트륨	27毫克/27mg	23毫克/23mg	

라벨링 사진



3. 비관세 장벽 관련 이슈

(1) TBT 통보 현황

□ 2020년 식품 부문에서 대만이 통보한 TBT는 총 18건으로 집계

- 일반 식품에 대한 통보문이 10건으로 가장 많았으며, 육과 식용 설육 4건, 환자용 특별 식이식품 1건, 초콜릿 1건, 식품·곡물·사료 등 1건, 사전 포장식품 및 가공식품 1건으로 집계됨. 특정 국가를 대상으로 통지된 사례는 존재하지 않음

<식품 부문 TBT 통보 품목 및 내용>

통보 일자	품목	내용	시행 예정일
2020-02-07	환자용 특별 식이식품	특정 질병용 조제의 라벨링 관리 규정"의 개정안	2022-01-01
2020-03-20	일반 식품	식품 명칭 일부가 “건강”인 경우, 허위 유도 간주	2022-01-01
2020-04-28	초콜릿	초콜릿의 제품 명칭 및 라벨링에 관한 규정 개정안	2022-01-01
2020-04-30	식품, 살충제, 곡물, 사료 등	상품표시법 개정안	-
2020-06-22	일반 식품	식품 재료로 유전자변형 대장균 균주(Escherichia Coli) Ast12를 통해 생성된 아스타크산틴(Astaxanthin)의 사용 제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정안	-
2020-06-22	일반 식품	식품 재료 코코아(Theobroma cacao) 콩깍질의 사용 제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정안	-
2020-07-28	일반 식품	식품 원료로 사용되는 유전자 변형 대장균 균주 BL21 (DE3) #1540으로 생산된 2'-푸코실락토오스의 사용 제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정안	-
2020-08-07	일반 식품	식품 명칭의 일부가 “건강”인 경우, 이를 허위유도로 식별하도록 관리하는 규정	2022-07-01
2020-08-31	일반 식품	식재료로서 커피잎(아라비아종, 카네포라종)의 사용제한 및 라벨링 요건 규정안	-
2020-08-31	사전포장 식품 및 가공 식품	사전포장 식품의 영양표시에 관한 수정된 규정안	-
2020-09-02	육과 식용 설육	돼지고기 및 기타 돼지의 식용설육을 포함한 사전포장제품의 원산지 표시 규정안	2021-01-01
2020-09-09	육과 식용 설육	대용량 식품 표시 규정의 제5조 개정	2021-01-01
2020-09-21	육과 식용 설육	돼지고기 및 기타 돼지의 식용설육을 포함한 포장제품의 원산지 표시 규정	2021-01-01
2020-09-30	식품 일반	식품 원료 구아유사 잎(Ilex guayusa)의 사용 제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정안	-
2020-10-12	식품 일반	식품 원료 알로에의 사용제한 및 라벨링 요구사항에 대한 규정안	2022-01-01
2020-11-30	식품 일반	식품 재료 코코아(Theobroma cacao) 콩깍질의 사용 제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정	-
2020-11-30	육과 식용 설육	케이터링 장소에서 제공되는 직접 공급 식품용 돼지 육 및 기타 식용 설육의 원산지 표시 규정	-
2020-12-21	식품 일반	식품원료로 사용되는 유전자변형 대장균 균주 BL21(DE3) #1540으로 생산된 2'-푸코실락토오스의 사용제한 및 라벨링 요구사항에 관한 규정	2020-12-16

* 출처 : 해외기술규제정보 시스템(www.knowtbt.kr)

(2) SPS 통보 현황

□ 2020년 총 41건의 SPS 통보문 발행, 한국 대상 통보문 1건

- 2020년 대만은 식품부에서 41건의 SPS통보문을 발행함 모든 교역 대상국을 대상으로 발급한 건은 40건이며, 특정국을 대상으로 발행한 통보문은 1건 임
- 한국을 대상으로 1건의 SPS 통보문 발행
 - 2020년 1월 8일 한국산 돼지고기가 함유된 캔 제품 수입 시 한국정부가 발행한 위생증명서를 제출해야 한다는 내용의 통보문을 발행함
- 식품 성분 및 첨가물, 유해물질 등 식품 안전성과 관련된 내용의 SPS 통보문 40건을 전 세계 교역국을 대상으로 발행함

(3) 대만 FDA 통보 현황

- 2020년 대만 FDA는 10건의 한국산 식품에 대해 식품 규정 위반 사례 발표함. 신선 식품 잔류 농약 규정 위반 사례 9건과 가공 식품 식품 첨가물 위반 사례 1건이며, 반송 또는 폐기 조치가 취해짐

<2020년 한국산 식품의 식품 규정 위반 사례>

분류	발표	제품	문제 사유	내용	수입 물량	조치
가공	2.4	멸치 젓갈 (Anchovy Sauce)	벤질파라벤 (對羥苯甲酸)	허용치:0g/kg 검출치:0.03g/kg	200kg	반송 폐기
신선	2.4	배추 (Fresh Chinese Cabbage)	테부페노자이드 (得芬諾)	허용치:0.01ppm 검출치:0.36ppm	15,750kg	반송 폐기
			플루페녹수론 (氟芬隆)	허용치:0.01ppm 검출치:0.02ppm		
	2.25	신선 딸기 (Fresh Strawberry)	사이에노피라펜 (賽派芬)	허용치:검출불가 검출치:0.03ppm	912kg	반송 폐기
	3.10	신선 깻잎 (Fresh Perilla Leaves)	디메도모르프 (達滅芬)	허용치:0.01ppm 검출치:0.05ppm	16kg	반송 폐기
	3.10	신선 딸기 (Fresh Strawberry)	사이에노피라펜 (賽派芬)	허용치:검출불가 검출치:0.04ppm	1,020kg	반송 폐기
	6.30	배추 (Fresh Chinese Cabbage)	에토펜프록스 (依芬寧)	허용치: 검출 불가 검출치: 0.92 ppm	16,170kg	반송 폐기
	7.28	배추 (Fresh Chinese Cabbage)	디니코나졸 (達克利)	허용치: 검출 불가 검출치: 0.02 ppm	16,170kg	반송 폐기
	8.4	배추 (Fresh Chinese Cabbage)	플로니카미드 (氟尼胺)	허용치: 0.01ppm 검출치: 0.03ppm	15,750kg	반송 폐기
	10.20	신선 메론 (Fresh Melon)	비터타놀 (比多農)	허용치: 0.01ppm 검출치: 0.29ppm	5,240kg	반송 폐기
12.01 (검사 접수일 10.29)	레드키위 (KIWI FRUIT(RED))	뷰프로페진 (布芬淨)	허용치: 검출불가 검출치: 0.03ppm	43kg	반송 또는 폐기	
		클루티아니딘 (可尼丁)	허용치: 0.01ppm 검출치: 0.02ppm			
		사이프로다이닐 (賽普洛)	허용치: 0.01ppm 검출치: 0.03ppm			
		티아베특삼 (賽速安)	허용치: 0.01ppm 검출치: 0.07ppm			
		피리벤카브 (Pyribencarb)	허용치: 검출불가 검출치: 0.04ppm			

* 출처 : 대만 FDA(consumer.fda.gov.tw)